



Universidad Nacional de Córdoba
Repositorio Digital Universitario

Contextos actuales para el ejercicio del periodismo en América Latina. Lecturas y experiencias acerca de los vínculos entre medios, técnica y sociedad

María Alaniz

Cómo citar el trabajo:

Alaniz, María. (2017). Contextos actuales para el ejercicio del periodismo en América Latina. Lecturas y experiencias acerca de los vínculos entre medios, técnica y sociedad. Trabajo presentado en el *XVI Encuentro de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. Valparaíso: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11086/5737>

Licencia:

Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional



Contextos actuales para el ejercicio del periodismo en América Latina. Lecturas y experiencias acerca de los vínculos entre medios, técnica y sociedad

María Alaniz

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba

República Argentina

esmeria75@hotmail.com

alanizmaria174@gmail.com

Eje Temático 1

Periodismo: nuevos desafíos, ciudadanías y espacios públicos

Resumen

La creciente circulación de los medios on line, el atravesamiento de las tecnologías de la comunicación e información en casi todas las aristas de la vida social y las potencialidades que anuncian los procesos de convergencia digital representan nuevos escenarios que invitan a repensar las modalidades del ejercicio periodístico, sus contribuciones al desarrollo de los derechos ciudadanos y el desempeño de los medios ante tales transformaciones.

En este sentido la ponencia recupera líneas de trabajo de autores latinoamericanos sobre el lugar de la comunicación, los medios y el periodismo en los contextos de “periferia” y convergencia tecnológica (Arrueta, 2010; Luchessi, 2007, 2010; Moraes, 2005; Moraes, Ramonet y Serrano, 2013).

Asimismo, se propone abordar atributos que los nuevos medios y plataformas integradas ofrecen a los públicos, el rol del periodismo en red y sus conexiones con las demandas locales, estatales y globales. La viabilidad de proyectos alternativos a los de la industria de la información que aspiran a visibilizar la diversidad sociocultural constituye otro foco de interés de este artículo. En tal sentido se aportan experiencias y consideraciones de académicos y periodistas egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (Universidad Nacional de Córdoba) que se desempeñan en el área de la comunicación mediática.

Introducción

El periodismo frente a los contextos de alta tecnología y convergencia digital

Hace poco, y luego de leer el artículo "*Los medios ahora apuntan a los nichos*" publicado en el diario *El Comercio* de Ecuador¹, sobre los desafíos planteados a la profesión periodística en el contexto de ascenso de las tecnologías de la información, rescatamos algunos lineamientos que colaboran en la comprensión de las mutaciones operadas en los ámbitos de la producción, la circulación y el consumo de las informaciones. En efecto, en la nota se ponen de relieve las nuevas tendencias referidas al trabajo de "equipos periodísticos" donde importa el profesional especializado en la información -léase el periodista- pero además y en carácter de necesarios partícipes, un arco de nuevos actores tales como los *community managers*, los *desarrolladores de software*, los *asesores de marketing digital*, por mencionar algunos. Es decir que el valor de la noticia, la primicia, la información queda por debajo de la producción de contenidos-servicios y la creación de "comunidad", actividades que desempeñan los nuevos equipos.

De allí que, la segmentación de públicos para atraer mediante contenidos específicos y la satisfacción de intereses particulares, se han convertido en el finpreciado de los equipos de trabajo periodístico. En tal sentido, y según lo apuntaba la nota referida, diarios tradicionales como el *The Washington Post* desde 2013 -de la mano del accionista estrella Jeff Bezos- han trasladado el esquema de negocios de portales como *Amazon.com* al grupo editorial del medio gráfico: noticias frescas, pluralidad de formatos, contenidos interactivos; todo ello para fortalecer el vínculo con un lector virtual que aparece en la mira de los desarrollos digitales de los medios. Ratificar al lector en su relación con el medio, transmitir información auténtica y que brinde sentido de pertenencia, que se inscriba en la interacción de conocimiento entre informador e informado, serán las modalidades óptimas de construir *comunidad*.

Este comentario resulta oportuno al momento de iniciar la ponencia y reflexionar sobre la reconfiguraciones en materia de trabajo, géneros y lenguajes que acontecen en los ámbitos del oficio periodístico, y las aristas controversiales que deparan las relaciones entre

¹ Véase "Los medios ahora apuntan a los nichos." 8/1/2017. *El Comercio*. Ecuador. Disponible en www.elcomercio.com

tecnologías, información y capitales mediáticos globales. El análisis de las transformaciones en los medios de información tradicionales vía la introducción de tecnologías e innovaciones para una mayor eficiencia, velocidad y capacidad de almacenamiento se producen en el marco de procesos socio-históricos que vienen siendo investigados desde la interfase de la economía, la política y la cultura. Los estudios sobre medios, información, entretenimiento ocupan un lugar preponderante en el campo comunicacional, compartido con el interés por las investigaciones en materia de tecnologías de comunicación, nuevas formas de interacción y de apropiación social. La magnitud de la “revolución tecnológica” -tal como la conceptualiza Castells- ha consolidado la idea de la convergencia info- comunicacional, referida a la industrialización de la información y de la cultura; así como del papel desplegado por las tecnologías insertas en una matriz de cambios sociales y culturales. Para el sociólogo español, en los años ochenta el proceso de reestructuración del capital –que pasa de un capital estatista, bienestar e industrial a otro de carácter informacional- da como resultado una sociedad con base de desarrollo en la productividad de la tecnología de la generación de conocimiento y la información, y en la acción del conocimiento sobre sí mismo, surgiendo así un nuevo paradigma tecnológico basado en las innovaciones en materia de TICs (Castell, 1996).

Por otra parte y desde un ángulo menos riguroso académicamente hablando, pero no por ello menos resonante, Nicholas Negroponte, ex director del Laboratorio de Medios de Comunicación (The Media Laboratory) del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) hizo punta con uno de los libros de prospectiva más sugerente sobre las llamadas “autopistas de la información” y los nuevos medios. En su texto *Ser Digital* (1995) propuso que el paso de "átomos a bites" sería el signo evidente del avance científico en el nuevo milenio, inaugurando el paso a una etapa de digitalización y, con efectos favorables a la organización socioeconómica. Respecto al papel de los medios tradicionales Negroponte vaticinaba en aquel entonces que se transformarían en digitales, pudiendo desarrollar sistemas inteligentes para el filtrado de la información en función de intereses, los gustos e, incluso, los estados de ánimo personales. En cuanto a las formas y contenidos de la prensa escrita, el rol de los periodistas y el uso-recepción por parte de usuarios, todo ello sería

objeto de modificaciones en un escenario de digitalidad creciente donde el tradicional periódico se aproximaría a un interfaz de noticias.

El desarrollo vertiginoso y profuso de las TICS, sus posiciones dominantes en los circuitos de la producción, circulación y almacenamiento de las formas simbólicas sin precedentes en la historia, el dinamismo que le imprimen a la restructuración del capital y, las profundas repercusiones en el tejido social, el mundo del trabajo y la vida diaria componen un arco de consideraciones compartidas por los autores citados. Hemos presentado un breve marco para el análisis y reflexión de las marcas que la sociedad informacional estampa en la escena cultural, profesional y de la vida diaria. En este ambiente metamorfoseado se aloja el trabajo periodístico, zarandeado entre lo tradicional y la evolución digital; entre la convergencia de tareas y la precarización del empleo; *en red-ado* en el paisaje de las tecnologías aplicadas a la producción, difusión y consumo de las informaciones.

Experiencias, dilemas y propuestas desde el terreno del oficio

La convocatoria a este Congreso invita a repensar la forma en que se realiza la comunicación y el quehacer del periodismo, partiendo de los múltiples avances tecnológicos que han modificado los modos en que se comunica. Tal como se ha visto en párrafos anteriores, los cambios tecnológicos concitan miradas diversas; por un lado, su contribución a la diversidad cultural, por otro, las TICs en el contexto de la globalización que expanden sus dominios, alcances y rentabilidades (Waisborg, 2007). Ciertamente es que la rotación de funciones en el trabajo periodístico y las consecuencias en las fases de producción, circulación y consumo componen la nueva escena de la profesión.

En este camino, resulta interesante considerar los contextos donde se concreta la tarea periodística, en especial en los países sudamericanos y en Argentina. En tal sentido César Arrueta expresa que el ejercicio del periodismo se distancia de lo que "se enseña a hacer" en las facultades de Comunicación, en detrimento de lo que "se puede hacer" en la vida real; y esa dicotomía "presiona y encuadra la labor del periodista, que tiende a generar y promover un tipo de oficio en clave espectacular, ligero, vociferante, amplificador, con tendencia parcial" (Arrueta, 2010: 225). Frente a éste modo de práctica distorsionada y tendenciosa, surge la propuesta del "periodismo de periferia" entendido como un espacio

que "esgrime intenciones de cambio que se reducen al concepto de conciencia informativa" (Arrueta, 2010, p. 225).

El ingreso de las TICs ha permitido ampliar al máximo los usos y características de los medios masivos, esto es, su capacidad para la fijación, el almacenamiento de información, una mayor rapidez y eficacia a la hora de su reproducción; asimismo, ha potenciado los grados de separación de espacio-tiempo. Ello sin dejar de mencionar la repercusión tenida en las competencias, habilidades y formas de acceso al conocimiento-información sin ser necesario en ocasiones poseer un título universitario de periodista. Se ha fortalecido también la dimensión simbólica de las tecnologías y su poder potencial de construcción de imaginarios sociales, representaciones y agendas temáticas. En tal sentido, han surgido nuevas indagaciones tales como el "impacto de las nuevas tecnologías en el ejercicio profesional, la calidad de la información, la pluralidad de las agendas y las configuraciones culturales de las audiencias" (Luchessi, 2007, p. 10). En su opinión, en las rutinas informativas hay "parcialidades, mucho de amateur, datos errados, consumos ligeros" (Luchessi, 2007, p. 10).

Con una tesitura compartida, Di Prospero y Maurello (2007) reconocen que en el nuevo siglo una de las herramientas que ha transformado la práctica de interacción es la red Internet, poniendo en acceso público las producciones simbólicas más variadas (textos, imágenes, audiovisual, música, juegos, para citar algunos ejemplos). Cualquier persona no necesitaría un "saber" profesional o una formación periodística para "producir" información desde su "perspectiva" ya que con mínimos artefactos puede uno adentrarse en ese mundo que antes estaba reservado al periodista.

Este parece ser el punto de un debate abierto respecto al influjo de la Red en el periodismo. Ignacio Ramonet considera que se asiste a una transformación de paradigma, que avanza para poner en revisión los modos de producción y circulación de la información; y los medios tradicionales ingresan a una "crisis de identidad" donde la figura del periodista aficionado avanza en la globósfera, por sobre la tradición de la profesión. Los internautas, los participantes de la web que observan dando su versión de la realidad social, "*millones de personas presentes en el terreno de la noticia y transmitiéndola a través de la Red, ¿no*

encarna acaso la verdad que aporta Internet?" (Ramonet, 2011, p. 18).

En una obra más reciente, el español ha ratificado que el periodismo “explota” debido al impacto de Internet (Ramonet, 2013). En sus palabras, se ha dejado atrás a los llamados “medios soles” es decir “*aquellos que como única galaxia iluminaban a los ciudadanos*”, a otros que llama “*los 'medios polvo' donde cada ciudadano disponiendo de un artefacto tecnológico puede enviar mensajes, corregir información que ha brindado a un medio central, completarla*” (Ramonet, 2013, p. 82). Con tono entusiasta, señala que una pluralidad de personas en uso de la red podrán ser nuevos periodistas, ofreciendo así lecturas alternativas de lo que pasa en la sociedad.

Estas breves notas presentan algunas coincidencias en el señalamiento de profundas modificaciones en el rol social y el trabajo periodístico a la luz de la introducción de las TICs. La tarea central del periodista estuvo caracterizada por la pretensión y aspiración de describir la realidad y los fenómenos sociales, y de allí dar surgimiento a la noticia como construcción de un acontecimiento social compartido. La noticia, y por ende la actividad socialmente reconocida del periodista han sido las de definir y redefinir fenómenos sociales (Rodrigo Alsina, 1987) y esa práctica es la que hoy se revoluciona, altera, complejiza en el paisaje de las tecnologías aplicadas a la producción, difusión y consumo de la información. Para concluir con este apartado, se comparten experiencias de trabajo y reflexiones de periodistas de la ciudad de Córdoba, egresados y profesores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba en torno a los escenarios de digitalidad y el oficio.

Un primer eje de opinión se encaminó a reconocer el rol de los medios y los periodistas en los contextos de irrupción de las nuevas tecnologías. En este sentido, Roberto Battaglino - editor de la sección Política y Negocios del diario cordobés La Voz del Interior- expresó que al ser tan veloces resulta difícil hacer proyecciones a corto plazo. “Las audiencias en el pasado te iban a buscar ahora hay que hacer un esfuerzo extra para atraerlas y mantenerlas” El periodista expuso que hay que reconocer el nuevo escenario de la comunicación con las nuevas tecnologías “sin perder el criterio de producción de contenido pero la base del periodismo es el ser fiel a los hechos, tener rigor al analizar la información”. Esto sumado

al buen desarrollo de la profesión permite luchar contra estas “redes de mentiras” que se crean gracias a la velocidad de las nuevas tecnologías, herramienta del cual los medios hacen mal uso para poder tener la primicia (Roberto Battaglini, entrevista, 22 de junio de 2017).

Por su parte, el periodista radial Cristian Maldonado afirmó que los medios están cambiando también porque en la conducta cultural de los consumidores de medios se modifica. Esto ha provocado una caída de audiencias en la radio, la prensa y la TV. Para revertir esta situación, los medios están reinventándose, lo que al mismo tiempo hace cambiar las prácticas profesionales de aquellos que ejercen la carrera. Al respecto, Maldonado recomendó a los futuros periodistas que para conseguir trabajo en este escenario deben cultivarse intelectualmente, y analizar no solo cómo actúan los consumidores de medios y como se comporta la sociedad de consumo, sino también pensar en quiénes son los dueños de los medios y quienes los financian, teniendo en cuenta que el poder económico y político ha visto desde siempre a los medios de comunicación como una herramienta para influir en la sociedad. Insistió en que esto debe ser puesto en debate, porque a su parecer “no es un tema menor que hay concentración de medios, y que los medios juegan muchas veces, al menos en sus líneas editoriales, a favor de quienes los financian”. Aseveró que es importante analizarlo como un factor que influye en las oportunidades laborales y prácticas profesionales que puedan existir en el futuro (Cristian Maldonado, entrevista, 22 de junio de 2017).

Ante la pregunta acerca del futuro de los medios y su adaptación a la digitalidad, Battaglini manifestó su incertidumbre respecto al porvenir. Indicó que “los medios se encuentran en una fase de cambio, una etapa muy particular, volátil y vertiginosa.”. Las tecnologías digitales, que evolucionan rápidamente, están cambiando la manera de comunicarse y por ende, de informarse. Por esta razón, agregó que el futuro de las tendencias de la comunicación solo es posible de verlo a corto plazo, y es algo que “se discute en todas las redacciones del mundo” para agregar que en la actualidad los medios “están buscando formas de atraer a las audiencias”. En cuanto a esta búsqueda de nuevas audiencias, el editor explicó que existe un debate entre dos posturas: La primera es si los medios de comunicación deberían adecuar su contenido a las demandas del público, y la segunda plantea hacer un contenido de calidad que les permita más allá de captar al

público, conseguir “ciertas dosis de prestigio que le permita al medio perdurar”. Por último, agregó que la “información es la materia prima de los medios”, y por esta razón esta debe ser de calidad. “El futuro de los medios de comunicación se dirige a recuperar la credibilidad.” (Roberto Battaglino, entrevista, 22 de junio de 2017).

Otros consultados expresaron su consenso en describir la lentitud del paso hacia la digitalidad. Para algunos egresados recientes de la carrera de Comunicación de la FCC, formados en la orientación gráfica, "el uso de smartphones para coberturas, presencia en redes sociales, aumenta pero, sigue habiendo una tendencia que se podría calificar como conservadora o tradicional, en el sentido de que muchos medios gráficos siguen publicando su mejor noticia o investigación en la edición impresa antes que en los canales digitales, lo que evidencia cierta reticencia a las nuevas tendencias" (Rodrigo Bruera, entrevista, 15 de febrero de 2017).

Por otra parte, el movimiento pareciera no tener fin. Así lo vivencia Lázaro Llorens, director de contenidos del sitio web de periodismo de investigación *Streapteasedelpoder.com* cuando afirma que la dinámica de innovaciones "es de tal magnitud que se dice que hasta las redacciones, ese espacio sagrado y místico van a desaparecer. Hay generaciones que nunca leyeron libros de papel; con lo cual los contratos de lectura cambian. Por eso creo que estamos sin dudas ante un desafío. Donde ningún medio del mundo aun le ha podido encontrar la vuelta en términos de sustentabilidad económica" (Lázaro Llorens, entrevista, 16 de febrero de 2017).

Este punto de la rentabilidad se ha constituido como el desafío más interesante. El profesor Julio César Pereyra, especialista en producción gráfica, se interroga "¿Cómo hacer un diario o periódico en la web rentable? pienso que ofreciendo contenidos periodísticos de calidad, para lo que es necesario trabajar la información, es decir desde el chequear su veracidad, ese es el “valor agregado” que puede generar el periodista o un equipo de periodistas y por el que el público estará dispuesto a hacer algún pago, y/o también lo estarán los anunciantes (Julio César Pereyra, entrevista, 21 de febrero de 2017).

Asimismo cabe reconocer que la transición de los medios hacia lo digital no esta exenta de escollos. Al respecto el profesor Leonardo Sosa, responsable del Laboratorio de Tecnologías y Nuevos medios de la Universidad Nacional de Salta, opina que "desde las condiciones laborales que implica hoy producir información para plataformas multimedia en donde un periodista realiza múltiples tareas de edición, publicación y gestión de contenidos, resulta una primera dificultad del trabajo periodístico, sumado a las fusiones de las redacciones off-line / on-line que implican reducir el numero de editores, redactores, diagramadores y periodistas como ocurre en los medios gráficos por ejemplo. Por otro lado, la adaptación o supervivencia de los medios en el escenario digital los obliga a redefinir sus estrategias informativas y comerciales para captar audiencias que constantemente migran de y hacia plataformas digitales y en particular las redes sociales. En tal sentido, los medios han transmutado su naturaleza que las definía y otorgaba identidad" (Leonardo Sosa, entrevista, 22 de febrero de 2017)

Por último, se indagó sobre el tipo de periodismo que sería necesario como facilitador de la convivencia de espacios públicos locales, nacionales y globales en ambientes democráticos. En tal sentido, un elemento para garantizar la convivencia requiere "un periodismo (y periodistas) con formación y capacitación específica en nuevas tendencias digitales y conocedores de los movimientos sociales, agrupaciones específicas, "minorías" postergadas y nuevas generaciones" (Rodrigo Bruera, entrevista, 15 de febrero de 2017). El respeto por los derechos sociales ha de estar presente en la agenda periodística. Así el "periodismo en democracia significa bregar por el bien común. Es decir un periodismo que está a favor de las mayorías, sobre todo de los más desprotegidos, cuestionando siempre a los poderes consagrados ya sean políticos, empresariales o institucionales" (Lázaro Llorens, entrevista, 16 de febrero de 2017).

Por otra parte, habrá que considerar la diversidad de periodismos, empresas y políticas comunicacionales. Por lo que "si existiera o fuera posible un periodismo para el consenso, el mismo debería estar signado por comprender a la información como un bien público y la comunicación como un derecho inalienable de la sociedad en su conjunto. El periodismo debe habilitar los canales de comunicación entre el Estado y la Ciudadanía para el acceso a

la información pública puesto que los nuevos actores sociales han desarrollado una capacidad de emisión comunicativa que les ha permitido generar medios propios para informar desde circuitos alternativos frente al sistema de medios de comunicación corporativos dominantes" (Leonardo Sosa, entrevista, 22 de febrero de 2017).

En sintonía con tales observaciones, "se requieren periodismos que logren hacer viable y sustentable un nuevo "espacio público" en la web -sea mediante páginas webs, blogs, redes sociales, etc.- que sirva de nexo comunicativo entre las sociedades civiles de los diversos espacios físicos locales, con el Estado-Nación y el espacio público global y/o mundial" (Julio César Pereyra, entrevista, 21 de febrero de 2017).

Algunas ideas a modo de cierre

Por lo compartido hasta aquí, se podrá apreciar que el periodismo pugna por reacomodarse de cara a los dominios de las tecnologías, entre demandas de viejos y nuevos públicos lectores, y la emergencia de temas de agenda global, nacional y local. El propósito de la tarea continúa siendo la producción y ofrecimiento de informaciones transparentes que puedan contribuir al desarrollo y creación de espacios públicos de debate, trabajo y fortalecimiento de todo tipo de sentidos de pertenencia sociocultural. Como lo ha expresado uno de los entrevistados, "el periodismo es un campo de disputa de sentidos en torno a la idea de democracia" y en tal contienda, el rol del periodismo para con la ciudadanía debería ser- más allá de las tecnicidades y artefactos de avanzada- el de impulsor de la convivencia y el respeto a los sectores históricamente excluidos en el pleno ejercicio de sus derechos sociales.

La tendencia del trabajo periodístico se ha visto marcada por exigencias de una mayor especificidad y segmentación de los contenidos, y de una mayor elasticidad del periodista frente a las TICs; como "equipos de trabajo" atentos a los intereses de lectores y empresarios de los medios. Jesús Martín Babero en ocasión de un texto referido al estado del periodismo en Colombia hace casi veinte años, expresó que *"el periodismo es hoy uno de los lugares donde lo social se escenifica; lo es menos por los hechos que presenta que por la forma en que lo hace"* (Barbero, 1997, p.19). Con ello aludía al rol "ventana" de los medios y avizoraba la necesidad de reconfigurar el mapa de escrituras y discursos, la forma

de presentar lo social. En esa tarea las "nuevas tecnologías de la información están redefiniendo los modos de circulación social del saber (...)" (Barbero, 1997, p. 27) por lo cual cabe al menos reubicar el mapa de la profesión. En concordancia con este pensamiento, y frente al "emborronamiento" de lo que sería periodismo y lo que no, hacemos nuestra la reflexión de Barbero, quien postula el rediseño de las formas de escritura periodística desde las Universidades y Facultades de Comunicación en nuestro sub continente.

Bibliografía consultada

Arrueta, César (2010). *¿Qué realidad construyen los diarios?. Una mirada del periodismo en contextos de periferia*. La Crujia. Buenos Aires.

Barbero, Jesús y Rey, Germán (1997) "El periodismo en Colombia. De los oficios y los medios" en *Revista Signo y Pensamiento*. Nro. 30 (XVI). Universidad Javeriana. Colombia. Pp. 13-30

Castells, Manuel (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. Siglo XXI. México.

Di Prospero, Carolina y Maurello, María Eugenia (2010). "Los periodistas y las nuevas tecnologías" en Luchessi, Lila (20). *Nuevos escenarios detrás de las noticias*. La Crujia. Buenos Aires. Pp. 51-70

Luchessi, Lila (2010). *Nuevos escenarios detrás de las noticias*. La Crujia. Buenos Aires. Pp.9-16.

Moraes, Dénis de (2005). *Cultura mediática y poder mundial*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y comunicación. Editorial Norma. Bogotá.

Negroponte, Nicholas (1995). *Ser Digital*. Ediciones BSA Barcelona.

Ramonet, Ignacio (2011). *La explosión del periodismo*. Capital Intelectual. Buenos Aires.

Ramonet, Ignacio (2013). "La explosión del periodismo en la era digital" en Moraes, Denis de, Serrano, Pascual y Ramonet, Ignacio. *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Editorial Biblos. Buenos Aires.

Waisborg, Silvio (2007). "Los medios y la reinención de la Nación" en Luchessi Lila y

Rodríguez, María. *Fronteras Globales*. La Crujía. Buenos Aires.