

Desafíos del periodismo en la sociedad del conocimiento. Discusiones a partir del Tercer Seminario Brasil - Argentina de Pesquisa em Jornalismo (BAJIPOR)

Compiladores: Lila LUCHESSI & Luciano VIDELA

Editorial: Universidad Nacional de Río Negro. Viedma, Argentina.

Año: 2016

Páginas: 120

ISBN: 978-987-3667-29-9

1. El periodismo en la encrucijada digital

Las formas de contar la realidad y de construir relatos sobre lo que pasa en el mundo sufrieron en los últimos años grandes modificaciones y a un ritmo vertiginoso. La utilización de nuevos *gadgets* tecnológicos afectó a todos los órdenes sociales: desde las relaciones interpersonales a los procesos de subjetivación e identidad individuales, e incluso a industrias completas y los oficios derivados de ellas. Este último es el caso del periodismo.

Bajo la dicotomía del mundo analógico / mundo digital, la práctica y el rol del periodismo sufrieron fuertes cimbronazos, tanto en la manera de “hacer” las noticias como en la estructura organizativa y del negocio. En términos de Eliseo Verón, los cambios se produjeron en las condiciones de producción y en las de reconocimiento simultáneamente: cambió la sociedad y la manera en que se informa; cambió también el periodismo. Esto significa una gran crisis: no hay respuestas ni certezas, pero sí muchas preguntas que funcionan como disparadores para repensar las prácticas actuales y futuras.

El esfuerzo que Lila Luchessi y Luciano Videla pusieron en la compilación de una serie de autores que dieran cuenta de la diversidad de planteos del periodismo actual cobra especial relevancia. El libro *Desafíos del periodismo en la Sociedad del Conocimiento. Discusiones a partir del Tercer Seminario Brasil-Argentina de Pesquisa em Jornalismo (BAJIPOR)* recopila diez textos de importantes referentes de los estudios de la comunicación y el periodismo en

Argentina y Brasil, que dan cuenta de la diversidad, profundidad y magnitud de los cambios en los medios masivos de comunicación y el impacto de las tecnologías en las viejas rutinas productivas y de negocios.

La publicación, editada por la Universidad Nacional de Río Negro en julio de 2016, contiene las discusiones más actuales sobre la práctica periodística. Estos diez textos pueden agruparse en cinco grandes nodos temáticos: el impacto de la tecnología en las rutinas productivas y la calidad periodística; las regulaciones y la relación de los medios con el poder político; los consumos de las audiencias y su impacto en la agenda de noticias; las relaciones de las empresas con los trabajadores; y por último, la ética de las nuevas prácticas.

2. Nuevos soportes, nuevas rutinas productivas, otra calidad periodística

De los cinco grandes temas que aborda el libro, el que recibe mayor atención en la compilación es la modificación de las rutinas productivas derivada de la introducción de la tecnología y la relación con la calidad periodística.

Adriana Amado analiza el cambio que se produce en el periodismo a raíz de la intromisión de las relaciones públicas en la producción de información y cómo esto incide en los contenidos de los medios de comunicación. Dice Amado:

Lo que plantea el nuevo sistema de producción y circulación de información es una complejidad que no permite concluir rápidamente quién produce los contenidos o cuánto de la agenda está decidida por las fuentes, por el propietario del medio, por el editor o por el periodista. (2016, p. 16)

Un planteo similar será retomado luego por el periodista Guillermo Berto, que asegura que en los últimos tiempos se empezó a producir un fortalecimiento de los equipos de prensa tanto del sector público como privado, con una mayor incidencia en el proceso de producción de noticias como principal consecuencia. A modo de ejemplo, Berto analiza cómo el periodismo cubre las noticias policiales, en donde la versión de la Policía tiene siempre más espacio que el del resto de los actores.

Lila Luchessi, compiladora y autora en el volumen, hace también su aporte a este debate. La autora sostiene que el cambio en las rutinas productivas provoca un distanciamiento con las fuentes primarias de la información, porque las relaciones empiezan a estar medidas por agentes de prensa. La autora reflexiona:

El nuevo circuito informativo tiene intermediaciones previas a la instancia constructiva de la agenda y la información. Profesionales de la comunicación, la imagen, el marketing y las relaciones institucionales gestionan los hechos y acontecimientos en relación con sus intereses. La oportunidad, el impacto y la necesidad de publicación se planifican y gestionan afuera de las redacciones. (2016, p. 60)

3. ¿Más periodismo o menor calidad?

Vinculado con las modificaciones de las rutinas productivas, otro de los nodos temáticos del libro es la relación de las empresas con los trabajadores, tema que es especialmente abordado por Luciano Videla en el texto “Plurales y precarizados”. El autor analiza la situación laboral de los medios de comunicación en la Patagonia argentina, y encuentra que, si bien se produce un aumento de la cantidad de medios de comunicación (salvo la prensa gráfica, que disminuye su presencia), las condiciones de trabajo para los periodistas no son las mejores. Surge entonces la dicotomía entre periodistas “inquilinos” y periodistas “propietarios”, en referencia a los espacios que tienen en los medios y si deben pagar para poder sostener su presencia en la programación. Claramente aquí incide la calidad periodística, ya que muchas veces la línea editorial y los contenidos son más permeables a ser influenciados con condiciones laborales y de estabilidad más precarias.

4. Audiencia, consumos y agenda periodística

La tecnología provocó cambios más allá del polo de las condiciones de producción, sino que también modificó el polo de las condiciones de reconocimiento: las personas tienen hábitos muy diferentes de consumo de la información con respecto a lo que sucedía 10 años atrás. El consumo de la audiencia, con las herramientas disponibles para hacer seguimiento en tiempo real, es un nuevo insumo para las decisiones editoriales. Tres son los textos que abordan esta relación.

Gastón Roitberg, periodista y jefe de Redacción Multimedia del diario argentino La Nación, aporta cuáles son las herramientas que se pueden utilizar en las redacciones para orientar el contenido producido por el medio al interés de las audiencias. El autor distingue tres fuentes de producción de contenidos: la decisión editorial, el SEO (*Search Engine Optimization*) y el *Social Engagement*, que define como el compromiso con la audiencia. “Los tres frentes de producción conforman un panorama bastante claro de la experiencia de usuario, uno de los territorios de mayor complejidad en el que se define el éxito o el fracaso de los proyectos digitales” (2016, p. 85), considera el autor.

Por su parte, Francisco José Castilhos Karam también piensa la relación audiencia / contenidos periodísticos, al reconocer que son los consumos los que marcan la agenda del medio. Luego de plantear algunas preguntas sobre esta influencia, el autor sostiene: “El amplio espectro del periodismo segmentado en muchos casos se ha confundido con simples asesorías de prensa, está consiguiendo dialogar –con características periodísticas– directamente con el público preocupado por algo que significa tanto para sus vidas” (2016, p. 84).

A modo de ejemplo de cómo se pueden producir materiales pensando en la usabilidad y las formas de consumo, el investigador y referente de la investigación en periodismo digital Fernando Irigaray detalla cómo, desde la Universidad

Nacional de Rosario, se decidieron a producir “DocuMedia: Periodismo Social Multimedia”, con especial detalle en el informe especial que elaboraron sobre el narcotráfico en la provincia de Santa Fe. El de Irigaray resulta un aporte interesante, porque es la materialización de una producción desde los planteos abordados a lo largo del libro.

5. Medios, poder, regulaciones

La rápida configuración de nuevas audiencias, plataformas y canales de información requiere necesariamente repensar las regulaciones en materia de medios de comunicación e incluso a tono con la convergencia y las telecomunicaciones. El aporte de Martín Becerra, un académico especialista en las normativas y el mercado de medios argentino, pone en contexto cómo evolucionó en Argentina la legislación a partir de 2003 hasta el año pasado. A pesar de no incluir en el artículo la derogación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual decretada por el actual gobierno de Mauricio Macri, una de las conclusiones de Becerra siguen vigentes y explican parte del problema de las regulaciones: “No ha madurado una perspectiva regulatoria sobre la convergencia tecnológica” (2016, p. 48).

Sobre este último punto gira el aporte del periodista brasileño Ariel Palacios, que se pregunta qué pasa con lo digital en las regulaciones, y aborda especialmente la cobertura periodística en medios argentinos durante el proceso de judicialización de la mal llamada Ley de medios.

6. ¿Y la ética?

Todas estas modificaciones llevan a una pregunta interesante: ¿qué pasa con la ética periodística y la búsqueda de dotar de ecuanimidad a los relatos de la realidad? El catedrático brasileño Rogério Christofolletti plantea que la cantidad de publicaciones por parte de los lectores y usuarios de redes sociales en contraposición con lo que son capaces de cubrir los medios de comunicación tradicionales, lleva necesariamente a rediscutir la ética en la cobertura de los hechos. El periodismo ya no tiene el monopolio de contar lo que pasa.

7. Consideraciones finales

El universo de temas, la profundidad y el detalle de la compilación de este libro invita a pensar tanto en el presente como en los desafíos a futuro para el periodismo y la academia. Uno de los más interesantes para los investigadores teóricos será la postulación de categorías y metodologías propias de lo digital, que permitan dar cuenta de las nuevas condiciones de producción y reconocimiento de los medios.

Estefanía Pozzo

Tea & Deporte, Argentina