



Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

ISSN: 1390-1079

ISSN: 1390-924X

chasqui@ciespal.org

Centro Internacional de Estudios Superiores de
Comunicación para América Latina

Ecuador

TIRZO, Jorge

Periodismo convergente. Tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, núm. 135, 2017, -Noviembre, pp. 443-446

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
Ecuador

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057381032>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Periodismo convergente. Tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI

María Elena MENESES

—

Editorial: Porrúa. México.

Año: 2011

Páginas: 217

ISBN: 978-607-0908-10-1

—

Todos damos por hecho que existe la convergencia en los medios periodísticos y que ha impactado en la información que consumimos. ¿Pero cuánto? ¿Pero cómo? Y, sobre todo, ¿realmente hay un cambio significativo? El libro *Periodismo convergente* de María Elena Meneses es una exhaustiva investigación que trata de dar respuesta a estas interrogantes a través de un análisis teórico, documental, etnográfico y de contenidos. Usando como ejemplo al Grupo Imagen (propietario de la versión actual del legendario diario *Excélsior*), la autora desmenuza el fenómeno de la convergencia en un estudio de caso.

El libro podría dividirse en tres segmentos:

- 1) el análisis teórico, que da un panorama general de la convergencia en el periodismo contemporáneo y sus debates;
- 2) la descripción del modelo de convergencia de baja intensidad, donde un medio (como un periódico impreso) converge con su redacción digital;
- 3) el estudio de caso del Grupo Imagen como ejemplo de lo que la autora llama “convergencia de alta intensidad”, donde un conglomerado mediático concentra más de dos soportes distintos y hace convivir los intereses periodísticos con los del entretenimiento, económicos, políticos, etc.

Este último bloque es el que conjunta el grueso de la investigación y los principales hallazgos de Meneses. Se trata de un análisis de caso, pero la experiencia empírica nos dice que es extrapolable al contexto mediático mexicano en general. Grupo Imagen tendrá particularidades que no tengan Grupo Reforma, Grupo Medios o Grupo Televisa, pero sin duda son identificables tendencias generales sobre la convergencia en los grandes medios de información.

El periodismo ante la convergencia

María Elena Meneses pone como telón de fondo el fenómeno de la sociedad de la información en términos *castellianos*. La noción de Henry Jenkins de “multimedialidad” le permite caracterizar a las producciones informativas contemporáneas como textos complejos producidos por una industria en transición. Como la autora advierte desde el prólogo, no se trata de un libro sobre el periodismo digital, sino sobre las transformaciones en la industria periodística y sus principales actores. Tampoco es un estudio sobre las audiencias ni sobre las formas de transmisión de la información noticiosa. Está enfocado en los mecanismos de organización de las redacciones en los grandes conglomerados.

El gran telón de fondo de esta investigación es *La era de la información* de Manuel Castells. De ahí recupera las nociones de la sociedad de la información (SI) como un entorno de flexibilidad laboral con una profunda transformación del espacio y del tiempo. También la idea de que existe una estirpe emergente de periodistas a los que llama “autoprogramables”, que son más susceptibles a entenderse en la SI y en la convergencia, pues ellos mismos son los que llevan la batuta de su propio desarrollo y se acostumbran fácilmente a las nuevas lógicas de trabajo.

Meneses define al periodista convergente como aquel que ha incorporado la tecnología digital para producir noticias para uno o más soportes mediáticos. Asegura que, en este tipo de periodismo, permanece el criterio noticioso tradicional aunque cada vez más hay una influencia de la demanda en la determinación de la agenda.

Uno de los conceptos clave es la oposición de dos fuerzas que ha generado la convergencia. Por un lado, como la fuerza centrípeta, hay un proceso de concentración que genera grandes conglomerados que reúnen todo tipo de medios, servicios, formatos y fines. Es el caso de Grupo Imagen o Grupo Reforma en México, pero también de Random House o Time a nivel internacional.

En el lado opuesto está la fuerza centrífuga, que permite la dispersión, democratización, fragmentación y desconcentración de múltiples expresiones periodísticas: blogs, Twitter, sitios web, canales de YouTube, periodismo ciudadano, etc. Aunque esta última es una de las expresiones más transformadoras de los últimos tiempos, la autora prefiere centrar su análisis en la concentración de medios para analizar cómo se ha transformado el periodismo industrial.

Grupo Imagen: un ejemplo de convergencia de alta intensidad

La autora llama así a los conglomerados mediáticos que tienen más de dos medios en formatos distintos. En el caso del Grupo Imagen, se trata de una organización con presencia tradicional en radio, pero ahora también en periódico impreso, periódico digital y televisión. El libro refleja la etnografía que la autora

realizó con periodistas activos y ex-colaboradores para analizar sus lógicas de trabajo. También realiza un análisis de contenido de una semana de las noticias principales de todos los medios del grupo. A partir de ello, la autora revela una cara más nítida de la convergencia mediática.

Ante el mito de la eficiencia convergente, el análisis revela que solo el 18% de las notas publicadas fueron textos convergentes (es decir, que fueron elaborados por un redactor que genera información para múltiples medios). La mayoría de estos textos convergían entre el papel y el diario digital o entre la radio y la televisión. Solo el 9% de los textos aparecían de forma común en los cuatro medios. La inmensa mayoría de textos eran elaborados por profesionales específicos del formato del medio. Dicho de otra forma, las especificidad del medio sigue haciendo necesario que haya profesionales que dominen un lenguaje específico y dificulta que la información se elabore de forma genérica para muchos medios.

Uno de los principales obstáculos para la convergencia que diagnosticó la autora era de orden físico: la redacción del diario *Excélsior* estaba separada por algunos kilómetros de la redacción radiofónica y televisiva. Meses antes de que se escribiera esta reseña, el Grupo Imagen se mudó a unas nuevas instalaciones, donde concentró todas las redacciones y comenzó transmisiones como la tercera cadena de televisión abierta a nivel nacional. Es decir, llevó a cabo un nivel aún superior de convergencia al materializar físicamente la unión de todos sus medios y aumentó de forma sustancial su presencia en televisión.

¿Realmente sirve la convergencia?

El texto de María Elena Meneses plantea interrogantes importantes para quien analiza los medios, para quien los produce e incluso para quien los administra. Si bien es cierto que sus resultados están acotados a solo un conglomerado mediático y que su análisis de contenido está limitado a una sola semana, los resultados pueden extrapolarse a gran parte de los medios informativos de México.

Las redacciones convergentes están plagadas de trabajadores “todólogos” que, con escasez de tiempo y preparación, deben publicar para muchos medios. Sus productos periodísticos son mayoritariamente notas basadas en declaraciones oficiales y boletines de prensa. No existe la diversidad de fuentes ni los géneros de profundidad (como la crónica y el reportaje).

La autora lo dice contundentemente en sus conclusiones: a mayor velocidad en la producción de la información, menos rigor se aplica y prolifera el periodismo de declaración, al no haber tiempo para la diversidad.

Ante este escenario, la convergencia parece estar más al servicio de los intereses económicos que al servicio público que debería primar en el periodismo. Queda por aclarar cuánto de este fracaso es atribuible a la convergencia como idea y cuánto a la aplicación del concepto en el contexto mexicano.

Tras la lectura del texto surgen nuevas interrogantes que superan al libro por sus objetivos y su temporalidad: ¿qué pasa con las expresiones periodísticas que escapan a la lógica de los conglomerados mediáticos y los periódicos tradicionales? Dicho con nombre y apellido... ¿qué relación tiene el llamado “boom de la crónica latinoamericana” con el fracaso de la convergencia de alta intensidad?

Una hipótesis soltada al viento es que la era de la información también ha provocado paralelamente que periodistas “autoprogramables” generen sus propios medios, que escapan a esta lógica de convergencia. Medios especializados en crónicas y reportajes han proliferado en la última década en América Latina, tanto en formato texto como en multimedia y audio. *Gatopardo*, *Radio Ambulante*, *Etiqueta Negra*, *Anfibia* y *eCícero* son solo algunos de sus exponentes.

No son éxitos comerciales, pues su financiación proviene de fuentes no tradicionales para el periodismo: universidades, presupuestos públicos, micropagos, etc. Sus textos parecen obedecer a otro tipo de convergencia: no se trata de redactar toda la información en un formato estándar para todos los medios, sino de poner los medios en el formato de cada historia particular. Si una historia es muy visual, se ocupa vídeo o fotografía; si es muy abstracta, se narrará en un relato oral o textual.

Se vuelve una asignatura pendiente analizar ambas caras de esta convergencia: la del periodismo industrial y la del periodismo más “artesanal”, equiparables a las hamburguesas de McDonalds y a las de un restaurant *gourmet*. Ambas cosas son fenómenos propios de la globalización y la convergencia, pero manifestadas de forma distinta. Ambas tienen sus ventajas y sus desventajas, no obstante, sin duda son relevantes para la diversidad del menú informativo que tenemos a nuestra disposición. Ojalá *Periodismo Convergente* de María Elena Meneses sirva como punto de partida para profundizar en el estudio de una industria tan trastornada por la era digital como lo es el oficio periodístico.

Jorge TIRZO

UAM Cuajimalpa, México / ztirzo@gmail.com