



Contratexto

ISSN: 1025-9945

ISSN: 1993-4904

contratexto@ulima.edu.pe

Universidad de Lima

Perú

Amado, Adriana; Kanashiro, Lilian
La reinención del periodismo: medios digitales, posverdades y otras circunstancias
Contratexto, núm. 29, 2018, Enero-Junio, pp. 13-19
Universidad de Lima
Surco, Perú

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570660792001>

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

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

Presentación

La reinención del periodismo: medios digitales, posverdades y otras circunstancias

doi: 10.26439/contratexto2018.n029.1961

El periodismo ya no es lo que era, aunque cabe preguntarse si alguna vez fue eso que creía ser. Hay que decir que los modelos que orientaron la profesión desde los manuales de estudio y libros de estilo nunca se encarnaron de manera tan definida en las redacciones. Pero con el cambio de siglo la convergencia digital redefinió sus herramientas, a la vez que transformó sustancialmente esos medios de comunicación en que se desarrolló el periodismo durante dos siglos. En esa mutación, el periodismo fue perdiendo el privilegio de ser el principal productor y distribuidor de información que ejercía desde la modernidad. Y no es el único cambio.

No es que el periodismo no se haya reinventado antes. Pero una transformación tan intensa hay que buscarla casi un siglo atrás, cuando irrumpieron en la sociedad los medios masivos. De entonces es la reacción desmesurada de la prensa gráfica que acusó a la naciente radio de manipular a las audiencias y generar caos con una invasión marciana. Este año se cumplirán ochenta años de la emisión de Orson Wells que dramatizaba la obra de H. G. Wells, *La guerra de los mundos*, en la radio CBS. Al día siguiente, los diarios describieron una histeria colectiva que no dejó rastros de suicidios y éxodos colectivos más que en los títulos catastróficos de las portadas. El diario *The New York Times* tituló “Oyentes de radio entran en pánico al creer

como verdadera una ficción”; *The Boston Daily Globe* concluyó que “un programa de radio aterroriza el país”. El *Daily News* recurrió a una palabra tan popular por estos días que ni hace falta traducirla: “*Fake Radio War* esparce terror en los Estados Unidos”. Aunque cada portada fue tan *fake* como la invasión marciana, había nacido el mito más perdurable de los medios que en ese tiempo se encarnó en la radio y que hoy vuelve a reactivarse en internet. El temor de la manipulación sigue presente: ayer se derivaba del temor a la intrusión indiscriminada de la radio en los hogares, hoy se recela del manejo avieso de datos personales y la intromisión en la vida íntima. Y los periodistas cargan entonces y hoy con la sospecha de ser partícipes necesarios de efectos que se acusan con más intensidad que lo que se demuestran.

Entonces, como ahora, es la investigación de comunicación la que aporta evidencias donde sobran presunciones. Una de las primeras investigaciones del campo de la comunicación planteó que el alcance de la manipulación colectiva no fue el que relataron los titulares y demostró que las reacciones desmedidas de algunos casos no se explicaban tanto por el poder de la radio, sino por la vulnerabilidad del sujeto afectado (Cantril, 1940). Una revisión reciente analizó documentación sobre esos eventos que nunca había sido contrastada con las versiones que dieron los diarios (Schwartz, 2015). Y señala que no puede entenderse el escándalo que hicieron sin comprender que los empresarios de los periódicos intentaban por esos días convencer al gobierno de imponer controles al incipiente medio, para lo que resultaba muy conveniente presentarlo como una amenaza social. Cualquier semejanza con el debate actual sobre la seguridad en la red y la demanda de regular a los actores de internet es pura coincidencia.

Los aportes de este número muestran que vuelve a activarse el interés por los contenidos falsos y su potencial manipulador, junto con temas tales como emociones, subjetividad, realidad virtual, audiencias que no solían estar asociadas al periodismo. Este giro desde los hechos —eje de los procedimientos de objetividad periodística— hacia el sujeto habla de la transformación del lugar del periodista. A la vez que cobró protagonismo en el proceso de producción de la noticia, se independizó de los medios y, como sujeto emancipado, empezó a tener nuevas responsabilidades. El periodista pudo depender menos de los recursos del medio y más de los propios; así, abandonó la protección de la estructura de la redacción para quedar flotando en el mundo líquido de la nube, donde ni siquiera es el principal productor de información. Este pasaje del

newsroom al *cloudsroom* (Amado, 2016) es también una pérdida de privilegios de casta, y coloca al periodismo en la plaza virtual donde ciudadanos, políticos, instituciones y personalidades dan su versión de los asuntos en tiempo real. Esta democratización parece ser más radical incluso que la del siglo XIX, que sacó la discusión política de los salones y la llevó a la prensa moderna, donde se mantuvo hasta estos días, en que vuelve a estar en el centro de un proceso de reacomodación tan fascinante como inédito.

En cualquier caso, como muestran los aportes de esta publicación, estudiar el periodismo es algo más que describir lo que pasa adentro de las redacciones o aprender a manejar las herramientas tecnológicas. Las prácticas son un aspecto de los estudios del periodismo, que comprenden también la discusión de los alcances de la profesión, la consideración de su lugar como institución, las personas que se desempeñan como periodistas y el contenido que producen (Zelizer, 2017). La profesionalización del periodismo sigue reinventándose (Waisbord, 2013) en estos tiempos en que abarca el amplio rango de las funciones que involucran la producción, la edición y la circulación de contenidos, en cualquier formato, etapa y origen. Esto también cuestiona la división canónica de disciplinas como periodismo, publicidad y relaciones públicas, que hacen aún más borrosos los límites entre medios, periodistas y actores de la democracia (Blumler y Coleman, 2015).

Pero ni siquiera esa imprecisión es novedad. Una revisión de los estudios latinoamericanos sobre periodismo desde la década del sesenta señala que el 86 % no tiene una definición clara de qué es ser periodista (Mellado, 2012). Aunque oscila entre aquel que trabaja en medios, en comunicación institucional o en educación, más de la mitad habla del periodista como el que trabaja en medios masivos. Es esta identidad la que está en crisis por suponer que la profesión es subsidiaria de los medios y sus avatares. Sin embargo, reconocerlo como sujeto facilitador de la información social viene a recordar la relevancia del periodismo en tiempos en que la información se ha vuelto un bien abundante, pero no siempre accesible; valioso, a pesar de que mayormente es gratuito; necesario, aunque no siempre en la forma en que está disponible.

Estas paradojas necesitan ser explicadas. La rapidez con que circulan flujos impredecibles para las teorías clásicas de la comunicación plantea nuevas miradas para fenómenos clásicos. Las filtraciones toman escala global con autorías imprecisas: las falsedades y ope-

raciones se bautizan como posverdad y dejan las enmiendas a cargo de lectores activos que señalan errores con más celeridad que los comités de ética del pasado. Los códigos y manuales de periodismo no logran adaptarse a la aceleración de los tiempos, y más lentos aún avanzan los marcos laborales y los formalismos legales. En fin, la profesión no encaja en los esquemas del pasado, de ahí la urgencia por estudios como los de este número, que describan el presente y brinden prospectivas del periodismo para pensar futuros.

Abre la sección “Dosier” un estudio comparativo de las narrativas del periodismo científico en el Reino Unido y la India, a cargo de Jairo Lugo-Ocando y Antje Glück (Reino Unido). Los investigadores, a través de entrevistas a periodistas de ambos países y un análisis de contenido de noticias, presentan la confrontación entre los cánones del periodismo científico y la importancia de generar vínculos emocionales con las audiencias. Silvia Ramírez Gelbes y su equipo de investigadores (Argentina) nos ofrecen un análisis comparativo de la prensa digital en Argentina, Chile, Perú, Ecuador y Bolivia, a partir del uso de los adjetivos como indicador de subjetividad. Analizan, en diálogo con estudios similares de la región, la tensión entre la normativa tradicional de la objetividad periodística y el uso del lenguaje en las noticias. Y, aterrizando en el caso argentino, tenemos la investigación de Nicolás Rotelli, quien aborda el proceso de construcción de la noticia haciendo hincapié en la presencia de las fuentes. Resalta la importancia de la diversidad de perspectivas en el tratamiento de la noticia y la predominancia de la información que proveen las instituciones en desmedro de fuentes alternativas más próximas a la ciudadanía.

En el campo de las nuevas circunstancias que trae el desarrollo digital para el periodismo, se encuentra el estudio a cargo de Juan Ignacio Cantero, Pavel Sidorenko y José María Herranz (España), quienes ofrecen un diagnóstico latinoamericano en torno al empleo de la realidad virtual, contenido 360° y periodismo inmersivo en la generación de contenidos informativos. La revisión de 25 casos en la región nos muestra la iniciativa de medios locales y regionales por incorporarse en este proceso de innovación, a diferencia de medios de mayor alcance y tradición. Alexandra Sandulescu (España) indaga sobre el perfil digital del periodista a través del contacto con nuevas generaciones. La colaboración entre centros de formación y el gremio periodístico muestra diferencias según la edad de los

periodistas que formaron parte del estudio y señala la importancia de una colaboración recíproca y continua.

Desde un enfoque ecosistémico, se discute sobre las alteraciones en los flujos de circulación textual que ponen en tela de juicio el papel del *gatekeeper*. Bajo una revisión bibliográfica a cargo de Diego Mazzone (Uruguay), se señalan las consecuencias de la normalización de términos como *fake news* o posverdad, y los desafíos metodológicos pendientes para estudios de carácter mixto de los flujos que permean tanto los medios como las plataformas digitales. En esa misma línea, el trabajo de Lila Luchessi (Argentina) explora la relación entre la industria periodística, las instituciones y los usuarios, y su impacto en los roles autorizados en la producción informativa. Dentro de los cambios en el clásico proceso de *newsmaking*, analiza las divergencias entre los intereses de los productores y usuarios, la declinación de la influencia de los líderes de opinión y la fragmentación en comunidades activas de lo que antes se englobaba como público, audiencia o lectoría, entre otras conclusiones.

En línea con esta discusión, Juan Alberto Clavero (Argentina) desarrolla una reflexión sociocultural sobre las llamadas *fake news* a partir de dos casos del ámbito argentino. Describe los mecanismos de circulación de la noticia falsa y el contexto social y político al que se vincula, destacando la diferencia de impactos entre la exposición a la noticia falsa y el desmentido de la misma. Para cerrar el dossier, Carmen Beatriz Fernández (España) plantea el estudio del caso venezolano y la selectividad de las audiencias, recordándonos que, en un contexto en donde el modelo de comunicación gubernamental se sobrepone, la última palabra es del ciudadano en búsqueda de información. Esboza como novedad, y aún con poca presencia en estudios de comunicación en la región, el rol de WhatsApp como alternativa de distribución de la información.

En nuestra sección “Tendencias”, Omar Vite (Perú) nos trae un estudio de caso en la plataforma Instagram reflexionada desde la noción de capital social. Desde un análisis relacional y el interaccionismo simbólico, el cuerpo en el caso de Adri Vainilla muestra la materialización del machismo, en donde el capital social se construye con la mirada y la expresión escrita y pública del observador.

Acompaña a este número de *Contratexto* una entrevista al destacado investigador Martin Hilbert (Estados Unidos), quien se dio tiempo para compartir una reflexión sobre el impacto de la digitali-

zación en los más diversos ámbitos de nuestra sociedad, precisando que la integración entre evolución social e inteligencia artificial ya no tiene punto de retorno. Y, cerrando esta edición, presentamos cuatro novedades editoriales de relevancia para la investigación en comunicación. La primera reseña, a cargo de Francisco Albarello (Argentina), comenta la obra *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*, de Carlos Scolari. Isabel Tumi (Perú) presenta *El rostro de los diarios digitales en el Perú*, de María Mendoza. Nuestra tercera novedad editorial es reseñada por María del Pilar Martínez-Costa (España) sobre la obra *Una voz que cambia vidas. Campañas de responsabilidad social en la radio: el caso de RPP Noticias*, de Julianna Ramírez. Finalmente, José Güich (Perú) expone la obra colectiva editada por David Roas, *Historia de lo fantástico en la cultura española contemporánea (1900-2015)*.

Este nutrido número, que ponemos a disposición de estudiosos e interesados en los fenómenos de la comunicación y el periodismo, surge en el marco de responder a un desafío creciente por la internacionalización tanto de los contenidos como de la difusión científica. No podemos dejar de mencionar y agradecer la experiencia educativa que el proceso editorial tiene tanto para las editoras, el equipo asistente, los autores y los revisores. Esto solo ha sido posible con la paciencia y humildad de todos los actores involucrados en medio de un entorno competitivo como lo es la publicación científica.

Por último, en un contexto regional y global en donde la presencia de la mujer en la ciencia y otros ámbitos de la vida social reclama equidad de oportunidades, espacios y representación, estamos satisfechas de que el número 29 de *Contratexto* esté editado por dos mujeres, publique a ocho investigadoras y participen trece revisoras, dos reseñadoras y dos autoras de libros.

Adriana Amado
Editora adjunta (sección “Dosier”)
FLACSO Argentina

Lilian Kanashiro
Directora
Universidad de Lima

Referencias

- Amado, A. (2016). *La prensa de la prensa: periodismo y relaciones públicas en la información*. Buenos Aires: Biblos.
- Blumler, J. G., y Coleman, S. (2015). Democracy and the Media. *Javnost. The Public*, 22(2), 111-128. <https://doi.org/10.1080/13183222.2015.1041226>
- Cantril, H. (1940). La invasión marciana: la falsa conciencia en acción. En *Historia y elementos de la sociología del conocimiento* (pp. 157-169). Buenos Aires: Eudeba.
- Mellado, C. (2012). Major Trends of Journalist Studies in Latin America: A Meta-Analysis of Five Decades of Research. En D. Weaver y L. Willnat (Eds.), *The Global Journalist in the 21st Century*. Nueva Jersey, NJ: Routledge.
- Schwartz, A. B. (2015). *Broadcast Hysteria: Orson Welles's War of the Worlds and the Art of Fake News*. Nueva York, NY: Macmillan.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing Professionalism*. Cambridge: Polity Press.
- Zelizer, B. (2017). *What Journalism Could Be*. Cambridge: Polity Press.