

I Congreso Internacional de Periodismo



Convergencias
mediáticas
y nueva narrativa
latinoamericana

5, 6 y 7 de mayo de 2016

ACTAS

I Congreso Internacional de Periodismo- ACTAS**CIESPAL****Centro Internacional de Estudios Superiores
de Comunicación para América Latina**

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011

www.ciespal.org

<http://ediciones.ciespal.org/>

Quito, Ecuador - 2017

ISBN: 978-9978-55-160-8

*I Congreso Internacional de Periodismo
Convergencias mediáticas y nueva narrativa
latinoamericana*

Contenido

Introducción	6
Los corresponsales de guerra, precursores del periodismo narrativo moderno <i>Airton Laureano Chambi Ocaña</i>	10
Recepción y significación del periodismo narrativo en México <i>Ana Jazmín Fernández de Lara Calderón</i>	21
El ejercicio del periodismo también es político <i>Galo Vallejos Espinosa</i>	32
Postales desde el infierno jarocho: tácticas narrativas gráficas en la obra de Bruno Ferreira <i>Dra. Guadalupe H. Mar Vázquez</i> <i>Dr. Carlos Enrique Villarreal Morales</i> <i>Mtro. Miguel Ángel Barragán Villarreal</i> <i>Geografías de la crónica latinoamericana</i> <i>Marcela Aguilar Guzmán</i> <i>Universidad Finis Terrae, Chile</i>	38
La creación del personaje protagonista en las crónicas de Alberto Salcedo Ramos <i>Mtro. Miguel Ángel Hernández Acosta</i>	56
El humor como subversión: la crónica policial de Manuel Vega <i>Rodolfo Arenas Romero</i>	65
Narrar a los invisibles. Imaginarios y desmontajes del otro en el periodismo narrativo <i>Autor: Sergio Rodríguez Blanco, PhD</i>	80
A cobertura jornalística como "ato presencial" <i>Zélia Leal Adghirni</i>	89
Periodismo transmedia en España. Una oportunidad ante la crisis <i>Juan Pablo Arrobo Agila</i> <i>Javier Ruiz San Miguel</i> <i>Mónica Hinojosa Becerra</i> <i>Isidro Marín Gutiérrez</i>	97
La reconfiguración del periodismo de investigación ante la emergencia de nuevos actores y relaciones de poder en el panorama informativo mexicano a partir de la transición a la Democracia (2000 - 2015): Mexicoleaks, un caso de estudio <i>Elva Araceli Fabián González</i>	108
O sucesso dos youtubers como formadores de opinião em uma sociedade conectada: o poder da narrativa transmídia nas mídias sociais <i>Bruno Conrado Demartini Antunes</i>	118
Aportes de la Radio Universitaria para el logro de los objetivos misionales de la Universidad <i>Damaris Ramírez Bernate</i> <i>Pedro Felipe Díaz Arenas</i>	126
La narrativa tras el crowdfunding: el caso de "Ocupe a Pública" <i>Edson Capoano</i>	136
Periscope y la videorealidad periodística <i>Alexis Apablaza Campos</i>	141
Las transformaciones tecnológicas que proyectan e generan ubicuidad en el periodismo "transsocial-media" <i>Renato Essenfelder</i> <i>Paulo Rodrigo Ranieri</i> <i>Edson Capoano</i>	154

El periodista en la convergencia de la Radio con las Redes Sociales <i>Franca Mariana Chiafitella.</i> <i>Jimena María Lloveras Ferrer.</i>	161
Trolls sin moscas en los hocicos. Conquista del trono de fibra óptica desde la transrecepción activa <i>José Manuel Romero Tenorio</i>	173
Periodismo y comunicación digital <i>Mg. Lisandro Javier Catani</i>	190
Periodismo ante desastres: la explosión del Hospital Materno Infantil de Cuajimalpa, Ciudad de México <i>Nasheli Arellano Barrera</i>	202
“Aos que defendem a volta da ditadura”: reportagem da atualidade esclarece o passado <i>Christa Berger</i>	209
Narrativa Transmedia, como herramienta de integración en el aprendizaje colaborativo de estudiantes de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Quindío en Colombia <i>Bibiana Magaly Mejía Escobar</i> <i>Lina María León Cárdenas</i> <i>Julián Enrique Páez Valdez</i>	216
Evolución del desarrollo mediático de Ecuador (2011-2015) <i>Dra. Ruth de Frutos</i>	227
Nueva tendencia en la formación de los comunicadores de la Zona 1 del Ecuador: el periodismo transmediático <i>Mgs. Armida Mariela Montenegro Cevallos</i> <i>Mgs. Tatiana Mabell Estévez Arias</i> <i>Lic. Ximena Margarita Coronado Otaval</i>	251
Crítica formativa y metodológica en el periodismo narrativo. ¿Es posible un nuevo contexto? <i>Msc. Yalitzatherly Ramos Gil</i>	263
La ciencia y tecnología en la prensa escrita ecuatoriana <i>Lcda. Delia Silvia Peña Hojas</i> <i>Lcda. Janeth Pilar Díaz Vera</i> <i>Dr. Guido Moreno Córdova</i>	274

Introducción

Los retos del periodismo en el siglo XXI. Convergencias mediáticas y nuevas narrativas

Antonio López Hidalgo

Francisco Javier Moreno Gálvez

Es indudable que el mundo del periodismo está cambiando. De hecho, podríamos decir que nunca ha dejado de cambiar, o dándole la vuelta al argumento, que siempre ha estado en crisis. Desde el surgimiento de los primeros periódicos impresos, pasando por la prensa liberal de la que malvivían bohemios escritores y poetas revolucionarios, hasta el nuevo periodista todo-terreno producto de la convergencia multimedia y el avance tecnológico, son muchos los periodos por los que ha atravesado la profesión periodística, la (cada vez más) empresa informativa y las diferentes formas de narrar a ellas asociadas.

No obstante, la crisis actual del periodismo tiene también sus especificidades. El campo periodístico está atravesado hoy en día por una serie de problemáticas como son la creciente precariedad laboral en la profesión, la generalizada pérdida de calidad de los contenidos informativos o los nuevos retos legislativos en un momento de creciente tensión entre mercado y Estado en el Cono Sur. Y es precisamente bajo el impacto de lo digital que se ha configurado un escenario incierto para los periodistas, marcado por una creciente tendencia global, no exenta de tensiones y contradicciones, a la desregulación, la privatización y la liberalización de los servicios públicos en general y de los de comunicación en particular.

No obstante, también asistimos al surgimiento de nuevas y originales formas de prácticas periodísticas. En un escenario en el que, parafraseando al filósofo y periodista italiano Antonio Gramsci, el anterior modelo no termina de morir y el nuevo no acaba de nacer, asistimos al surgimiento de nuevas prácticas que, como el periodismo narrativo, prefiguran lo que puede ser la futura reconfiguración del campo informativo.

La intención del I Congreso Internacional de Periodismo “Convergencias mediáticas y nueva narrativa latinoamericana”, impulsado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), fue precisamente en este momento de crisis y transformación atender a dichas mutaciones teniendo en cuenta la especificidad latinoamericana y su capacidad para, como ya de hecho hizo en épocas anteriores, apuntar originales formas de hacer periodismo. El llamamiento dio lugar a un espacio que sirvió para la puesta al día de la agenda académica y profesional, para el intercambio de saberes, para la reflexión compartida entre profesores, estudiantes, investigadores y profesionales del ámbito de la comunicación, espacio que el presente volumen pretende cristalizar, al menos parcialmente, para que pueda seguir circulando y enriqueciéndose el conocimiento generado durante tres días de intenso trabajo.

La alta participación en el congreso obligó a ordenar temáticamente por mesas las aportaciones recibidas. Así, se constituyeron hasta siete grupos de trabajo que contemplaban diferentes formas de aproximarse a la problemática central acerca de los retos del periodismo frente a las convergencias mediáticas y el auge de la nueva narrativa latinoamericana, entendida esta como la forma original de periodismo narrativo que se desarrolla actualmente en Latinoamérica y que ya extiende su influencia a nivel internacional.

De esta manera, se abordó en primer lugar el papel de la subjetividad y la conciencia social en el periodismo narrativo en América Latina, y como estas variables originales, no siempre presentes en el texto informativo, han abierto el camino a nuevos formatos y canales en los que el periodismo no era un invitado frecuente, como los blogs de autor o el mundo de la literatura. Una segunda mesa se ocupó de la reflexión sobre la revolución de géneros y estilos que atraviesa el periodismo narrativo, en el que la pasión, la sorpresa o el compromiso ya no son rasgos proscritos sino diferenciales de una nueva forma de contar los acontecimientos. En tercer lugar, la práctica del periodismo narrativo también fue objeto de análisis, destacando la recurrencia

a la inmersión como método de investigación privilegiado para el acceso a la noticia, con las prácticas del periodismo encubierto o el periodismo gonzo como ejemplos más representativos. De manera complementaria, se trataron también los riesgos y límites ético-legales de la inmersión periodística y el uso de tecnologías de registro como las cámaras fotográficas, de video o las grabadoras. Una quinta mesa estuvo dedicada a las narrativas alternativas a los modelos hegemónicos en el ámbito periodístico, que apuntan nuevos territorios e identidades que configuran significaciones alternativas. El periodismo transmediático, con lo que tiene de convergencia tecnológica e hibridación de géneros, fue objeto de una sexta mesa en la que las aportaciones se centraron en desentrañar la diversidad de formas de expresión y canales que caracterizan el periodismo narrativo. Finalmente, la séptima mesa estuvo dedicada a los retos de la formación y de la investigación en el contexto del periodismo narrativo y transmediático, articulando un espacio de intersecciones entre la aportación académica y la práctica periodística sobre las dimensiones éticas, epistemológicas y metodológicas de la materia que inspiraba el congreso internacional.

Además de constituirse como un fructífero espacio de intercambio y análisis internacional, podemos destacar dos valiosos resultados del congreso. En primer lugar, la constitución de una red iberoamericana de investigadores sobre periodismo narrativo que surge con el compromiso de dar continuidad al espacio inaugurado en Quito y que recoge el interés de investigadores argentinos, chilenos, ecuatorianos, brasileños, mexicanos o colombianos. En segundo lugar, la ocasión propiciada por congreso internacional sirvió para presentar formalmente la Cátedra Gabriel García Márquez sobre Periodística y Nuevas Culturas Informativas, un empeño que CIESPAL lleva trabajando desde hace ya tres años con la intención de contribuir a la conformación y consolidación del pensamiento comunicológico en la región latinoamericana. No siendo casualidad que la Cátedra lleve el nombre de quien supo combinar de manera magistral el periodismo y la literatura, poniendo en primer plano internacional la aportación latina en este sentido, el objetivo es precisamente el de constituir un espacio itinerante que funcione como un referente de pensamiento e iniciativas desde la comunicación para la integración de América Latina y el Caribe. Cuatro líneas de investigación inspiran dicha Cátedra y vienen a completar los lineamientos apuntados en el congreso que nos ocupa: periodismo digital y convergencias mediáticas; periodismo narrativo y crónica latinoamericana; formación de periodistas en la era tecno mediática; tecnologías, acontecimiento y ciudadanía.

Como decíamos, este I Congreso Internacional de Periodismo se llevó a cabo en un contexto caracterizado por la profunda crisis que sufre la profesión periodística, en la que convergen circunstancias concomitantes, como los bajos salarios, la precariedad laboral, los continuos cierres de medios y la creación de otros tantos medios de vida efímera, los excesos del periodismo de mesa, el abuso de fuentes institucionales, la sobreabundancia de informaciones, la gestación de nuevas rutinas productivas al hilo del desarrollo del periodismo en línea, la proliferación de contenidos basura, multiplicada por los agregadores de contenidos y, en definitiva, el agotamiento de los modelos tradicionales. Cabe preguntarse pues hacia dónde camina la profesión periodística y a qué retos de futuro debe hacer frente. Si el modelo está finiquitado o podemos aún encender fuego en las cenizas del pasado.

El periodismo tradicional que hemos descrito sobrevivirá en un estado de precarización que la industria periodística en estos momentos se ve incapaz superar, se alimentará de fuentes institucionales, hará uso de pocos géneros y formatos, se limitará a cubrir las informaciones del día, los medios audiovisuales alimentarán la información con el espectáculo. Sobrevivirá en estado agónico, mientras el periodismo transmedia da sus primeros pasos en la escena de la actualidad. El periodismo transmedia, como señalan Renó y Flores, es una nueva forma de lenguaje periodístico. En él no solo están presentes los diferentes medios tradicionales que hoy tenemos al alcance, sino que también enmarca la presencia compleja de nuevos lenguajes y narrativas dispuestos a los periodistas y usuarios que acceden hoy a estos medios. Par Elías Said-Hung, Max Römer Pieretti y Jorge Valencia-Cobos (2013, p. 100 y 101), el periodismo transmedia en los medios digitales iberoamericanos se nutre de rasgos propios que distintos autores han venido ayudando a demarcar dentro de este escenario que tenemos enfrente actualmente caracterizado por: El desarrollo de una comunicación bidireccional, de

muchos para uno y de muchos para muchos, propio de la cultura del peer-to peer dispuesto en Internet; presencia de un flujo perpetuo de imágenes, iconos y lenguajes que ayudan a crear mitos más allá de las palabras, desde la diversidad de canales; el carácter horizontal de la comunicación entre medios, periodistas y usuarios, en el que el último deja de ser pasivo y se convierte en actor activo del proceso de comunicación; el carácter inmediatesta del contenido expuesto en tiempo real, el cual se convierte en el principal objeto de venta de unos medios digitales que han dejado de hacer uso del espacio digital para la prestación de servicio de soporte a otros; la capacidad de los medios digitales para ofrecer “presencia más que proximidad y conectividad más que compromiso” (Tognazzi, 2012, p. 1); la creación de una multiplicidad de espacios y tiempos que hacen que cada usuario se convierta en actor perenne del espacio público y que se reduzcan las distancias, a través de la creación de una continuidad espacial basada en un lenguaje común (Jakobson, 2003); y el carácter no lineal de la comunicación dado el auge del hipertexto y demás recursos multimediales (enlaces de interés, infografía, multimedia y podcast) que ayudan a la profundización de la información en diferentes niveles de contenidos, de forma transversal, dentro de una noticia publicada en un medio digital.

Pero este contexto también cambiará. La convergencia de nuevas tecnologías modificará el relato periodístico en los próximos años. Términos como “multimedia”, “crossmedia”, “transmedia”, “realidad virtual” o “aumentada” ya son usuales cuando hablamos de nuevos formatos. Pronto desembarcará también la tecnología sin pantalla. Esta nueva realidad obligará al periodista a “pensar” la información y le exigirá determinados cambios a la hora de elaborar el relato. El acceso a las noticias desde el dispositivo móvil seguirá creciendo. En definitiva, el periodismo de alta tecnología ya está aquí; noticias escritas por robots, videos grabados desde drones, escenas informativas generadas mediante técnicas de realidad virtual y de videojuegos, cámaras robotizadas o sistemas de realidad aumentada. El video online fue novedad hace algunos años. Hoy los videos sobre noticias escritas, videos interactivos y microvideos para compartir en redes sociales son usuales. Los datos también cuentan historias. El periodismo de datos vive ya su época dorada. Se trata de convertir tablas, números y variables en sencillos gráficos o infografías que pueda entender cualquiera. Y seguirá evolucionando con visualizaciones cada vez más completas e innovadoras. Y, por supuesto, el periodismo viral, que tiene su razón de ser en el uso intensivo de las redes sociales con fines periodísticos. Los medios cada día depuran más técnicas para un uso más rentable de las redes sociales: titulan con trucos orientados a “obligar” al usuario a hacer clic, difunden noticias en momentos estratégicos para multiplicar su eco, incluyen videos especialmente editados para su diseminación en Facebook. Y han surgido también, como era de prever, el periodismo de laboratorio. Es decir, laboratorios de innovación en el seno de los medios de comunicación que experimentan y desarrollan nuevos productos y servicios. Y esto es solo el comienzo (López Hidalgo, 2016).

No obstante, y más allá de toda tecnología, el periodismo también busca en la investigación previa a la escritura sus señas de identidad. Y ha encontrado en el periodismo de inmersión su huella más certera. Es decir, el profesional se adentra como fuente, testigo y protagonista en aquellos colectivos de los que pretende informar. La información no solo ha transformado el periodismo de viñetas y el incipiente periodismo que busca en la realidad virtual y en los videojuegos nuevos formatos para que el espectador sufra en su propio pellejo la realidad vivida por los profesionales de la información. Ha sido principalmente en el periodismo narrativo donde sus huellas son más claras, contundentes y renovadoras. Este periodismo escrito en primera persona se aleja de los diarios para encontrar mejor acomodo en revistas y en libros. Son textos extensos, renovadores en el lenguaje y en la estructura, donde los límites entre información y opinión se diluyen, y la retórica de la objetividad y del distanciamiento se torna en subjetividad y compromiso. El periodismo narrativo renueva la crónica como mejor herramienta para su libre expresión y exposición de sus contenidos. Pero el periodismo narrativo también apuesta por la hibridación de géneros. Plurigéneros que acogen en su seno -en un solo texto- la crónica, el ensayo, la entrevista-perfil, el perfil, la biografía, la autobiografía, el autorretrato. Géneros que donde tienen cabida la voz en primera persona del singular del propio periodista y las distintas voces de aquellos que sufren o viven las consecuencias de la realidad narrada.

Aquí, América Latina tiene mucho que decir. O ya lo está contando. La complicación de los textos que el lector encontrará a continuación es buena muestra de que, afortunadamente, es así.

Referencias documentales

Jakobson, R. (2003): *Lingüística e comunicação*. Cultrix: Sao Paulo.

López Hidalgo, A. (2016): El periodismo que contará el futuro en Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº 131, abril-julio, pp. 239-256. CIESPAL: Quito.

Said-Hung, E.; RömerPieretti, M. y Valencia-Cobos, J. (2013): El periodismo transmedia desde los medios digitales iberoamericanos en AA. VV. (2013): *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Universidad del Rosario, Escuela de Ciencias Humanas: Bogotá.

Tognazzi, A. (2012): *Las transformaciones de los contenidos audiovisuales y la influencia de los dispositivos móviles en el nuevo escenario transmedia*. *Análisis monográfico*, 81.95.

Eje 1: El periodismo narrativo en América Latina. Subjetividad y consciencia social. Otras maneras de contar la realidad

Los corresponsales de guerra, precursores del periodismo narrativo moderno

Airton Laureano Chambi Ocaña

guerrero777@gmail.com

Estudiante del quinto año de la carrera de Historia en la Universidad Mayor de San Andrés, sede en La Paz, Bolivia. Docente de estudios sociales en nivel secundario. Autor de diez artículos, ensayos y textos publicados por medios impresos de la prensa local, Vicepresidencia boliviana y Universidad Mayor de San Andrés. Participación en 46 congresos, simposios y seminarios referentes a Educación, Historia y Psicología. Auxiliar de investigación, investigador y analista social.

Resumen:

La guerra del Chaco fue la primera guerra moderna en Latinoamérica; como tal fue el campo donde se originó una nueva forma de periodismo: el narrativo. Mi intención es demostrar que el periodismo actual debe aprender de los corresponsales de guerra bolivianos. Sobre la base de un análisis histórico y periodístico podemos decir que, debido al gran alcance que los corresponsales tuvieron en la sociedad boliviana durante la guerra y posteriormente, al publicar testimonios como noticias, tornaron el informe en una declaración de la realidad con rostro y sentimiento real, subjetivo y objetivo a la vez; con un resultado empático y comprensivo entre el combatiente y la sociedad. De ahí salieron palabras que aún resuenan hasta la actualidad, debido a que aún hoy su influencia y fuerza se mantienen vigentes. Los resultados de este tipo de periodismo se verificaron en la sociedad boliviana de la post guerra; es así que el periodista cambió su estructura de ser un conducto entre la noticia y la sociedad, a ser parte de la noticia como actor, testigo y juez de la realidad como tal. Algo que aún hoy puede y debe realizarse en la práctica del periodismo.

Palabras clave: Bolivia, corresponsal, guerra, periodismo, narrativa.

1. Introducción

El periodista narrativo es una persona que permanece en un contexto social en el cual se desenvuelve la historia diaria de sus compatriotas, de su vida y de su nación. Al relatar hechos sucedidos desde un punto de vista analítico e indagador; el periodista narrativo se convierte en un engranaje más de toda esa maquinaria que es la sociedad en la cual permanece. Al transcribir su realidad con sus propias palabras, el periodista narrativo no se compromete con la noticia que narra, sino con los actores de la misma, encarnándose en ellos, viviendo con ellos, siendo uno más de ellos. El auge del periodismo narrativo en los últimos tiempos, se debe más que nada a una visión de empatía y complementariedad. Roberto Herrscher es un gran representante de esto; al defender y analizar las posturas de los periodistas narrativos y la utilidad de este género periodístico:

“Definir el periodismo narrativo es como tratar de explicar un chiste. En vez de explicarles por qué me parece bueno o importante contar historias reales, lo que debo de hacer es contarles una.” (Herrscher, 2010, p.28)

Herrscher destaca la relevancia del periodismo narrativo en la voz, las visiones, el pensamiento y los enfoques personales de la noticia desde una prosa narrativa. Es allí donde entra la historia, ya que en la antigüedad el periodismo no existía como tal y el trabajo de rescatar los sucesos de un hecho importante, trascendente para un conglomerado de personas, naciones o culturas, era trabajo de los historiadores.

Los historiadores fueron los primeros periodistas; especialmente aquellos que a tinta y papiro se ganaron el título de “Cronistas”, debido a que eran los que estaban en el momento y hora exacta en que se escribía la historia. Ellos se destacaron porque con sus escritos consolidaban la memoria histórica, denotando que no era

solo qué escribían sino cómo escribían. El género narrativo halló, en ellos, un campo fecundo para proliferar y destacarse de los demás géneros literarios, algo que ha perdurado desde la antigüedad, con Heródoto y Julio César; pasando por la época colonial de Latinoamérica, cuando se destacaron cronistas como Fray Bartolomé de las Casas, quien en sus obras rescata los hechos de la conquista, de los que fue testigo y partícipe, de una forma narrativa y crítica. El trabajo de los cronistas es un gran antecedente de lo que se refiere al que ahora llamamos periodismo narrativo, debido a que ellos relataban los sucesos de los que eran actores, así como en retrospectiva realizaban juicios de valor a los hechos en los que tomaron parte.

La crónica es uno de los géneros más ricos, más elaborados, que más relación tiene con la literatura. Es una zona de tránsito libre, en la que confluyen distintas disciplinas: es narrativa, descriptiva y opinativa. En ella hay una búsqueda del rostro humano de la noticia. En la crónica hay una necesidad de buscar unos protagonistas diferentes de la historia, la crónica representa la realidad, y la realidad está plagada de estos nuevos protagonistas; por eso es un género que se convierte en una manera de expresar la vida misma, a través de distintas maneras de narrar. (Puerta, 2011, p.10)

Tuvieron que pasar centurias para que se pudieran hallar nuevamente crónicas del corte y acción descritos por Andrés Puerta. A inicios del siglo XX grandes exponentes del periodismo narrativo como Rubén Darío, en Nicaragua; Martí, en Cuba, y Armando Nervo, en México, de manera individual y única, trabajaron este nuevo periodismo; pero los precursores en periodismo narrativo, a un nivel más amplio, surgieron en la década de 1930 y en un contexto específico como fue la guerra del Chaco. Dentro de la sociedad boliviana, acostumbrada e influenciada por el estilo de periodismo europeo de finales del siglo XIX, en el que la transcripción de noticias se limitaba al análisis de eventos sociales, crítica o apoyo al gobierno imperante, según la visión de los editores de los medios impresos, la Guerra del Chaco provocó un cambio sustancial en la manera cómo enfrentar las noticias.

Esta contienda bélica enfrentó a las naciones de Bolivia y Paraguay, por la potestad del territorio conocido como Chaco Boreal, desde el 15 de junio de 1932 hasta el 14 de junio de 1935. Fue el primer gran conflicto armado moderno en Latinoamérica y afectó e influyó fuertemente en las sociedades de ambas naciones, especialmente en la boliviana. Bolivia en aquel entonces contaba con 3 millones de habitantes diseminados en toda su geografía nacional, pero la mayor densidad poblacional se hallaba en la región occidental, al momento de iniciarse la campaña bélica, que sucedía a miles de kilómetros de distancia desde la capital (Sucre) y de la sede de gobierno (La Paz). Esta distancia hacía que la comunicación entre los soldados y sus familias fuese difícil, escasa o nula. La ansiedad con la que vivían miles de familias bolivianas, debido a que esperaban noticias de sus seres queridos, motivó a varios medios impresos a despachar a varios de sus trabajadores, que no estaban incluidos en los llamamientos, en calidad de "corresponsales de guerra", quienes tenían la misión de informar a toda Bolivia sobre lo que ocurría en el Chaco Boreal, entrevistar a los altos jefes nacionales y asumir una postura patriótica a favor de la causa boliviana durante todo el tiempo que durase la contienda.

A medida que realizaba la investigación sobre los prisioneros de la Guerra del Chaco, pude comprobar las características de un nuevo periodismo que se filtraba entre las páginas de estos periódicos nacionales; comprendí así que era una nueva forma de escribir la realidad, de escribir la historia. Los corresponsales bolivianos fueron los primeros en realizar este tipo de periodismo. Los conflictos bélicos anteriores, como la Guerra del Acre (1900-1904) y del Pacífico (1879-1881), fueron relatados con una visión fría y estática, donde los periodistas eran conductores de la noticia mas no se inmiscuían en ella. Estas noticias frías, ajenas de emoción o sentimiento alguno, fueron las mismas que perduraron durante los años previos al conflicto del Chaco. Cuando cientos de miles de soldados se baten a sangre y fuego en las arenas del sudeste boliviano, emergen los nuevos corresponsales de guerra, quienes conviven con el soldado, viven, comen y lo ven morir en defensa de su patria, y es en honor a ellos, (no a los generales, ni a los burócratas de retaguardia, sino a quienes daban todo por su patria), que abrieron el camino hacia una nueva forma de escribir las noticias, convirtiendo los testimonios de quienes tuvieron la dicha de sobrevivir a un aspecto de la contienda, en una noticia viva,

generando conciencia de patriotismo, vida y realidad. Sus crónicas lograron unir a las personas que vivían en retaguardia y desconocían los pormenores de la guerra, pero que mediante las noticias impresas se enteraron de lo que ocurría y, como yo, se conmovieron.

Entre los aportes que se rescatan de la labor de los corresponsales de guerra bolivianos está su accionar como soldados bajo bandera; su postura al vestir el uniforme con el que cientos de sus compatriotas partían, les daba un sentimiento de pertenencia a una comunidad, unida por una causa, la Patria; este fue un elemento que tuvo gran relevancia durante la campaña. Otro aspecto importante fue el uso de la primera persona en sus informes. Así es como ellos realizaron las primeras armas de la narrativa periodística, desde la primera persona, que da inicio al análisis crítico-activo de los sucesos en los que se destacarían los corresponsales de guerra bolivianos.

Algo que debe tenerse muy en cuenta entre los escritos que nos legaron, es el uso del idioma coloquial, es decir la jerga. Durante la Guerra del Chaco se forjaron términos y palabras que tenían un fuerte significado entre los combatientes bolivianos, quienes tenían distintos orígenes lingüísticos, unos veían de las *markas* aymaras, otros de las comunidades quechuas, había quienes nacieron en las misiones amazónicas y quienes nunca salieron de su ciudad natal; por ello, al usar términos como "tostificación" "cuatrereaje", etc., los corresponsales, transmitían el idioma de la vanguardia a la retaguardia, fueron quienes empezaron a discernir que la guerra no solo eran números y nombres en un mapa, sino que tenía algo más fuerte que aquellos textos fríos e inertes; esas palabras estaban vivas, nacidas en la realidad bélica vivida por sus compatriotas.

Por último, se debe apreciar y valorar el trabajo que realizaron los corresponsales de guerra. Ellos fueron la puerta por la que se encontraron dos realidades en las páginas de los periódicos bolivianos durante los años que duró la contienda bélica. Fue mediante los escritos en primera persona, con un sentido coloquial, que se generaba una empatía emocional de la sociedad boliviana de retaguardia, donde madres, novias, esposas, etc., comprendían la realidad que sus seres queridos vivían en la guerra, entendían lo que significaba ser soldado boliviano en el Chaco, percibían el calor que les quemaba la piel, la sed que hería sus gargantas, el terror de un bombardeo de artillería, e intuían la tensión que se vivía en los momentos previos o postreros a una batalla. Todo ello fue transmitido a la sociedad boliviana por los corresponsales de guerra, generando una psicología y una percepción sobre la contienda.

Es por todo ello que es factible decir que los corresponsales de guerra bolivianos fueron precursores del periodismo narrativo moderno, al aseverar que fueron ellos quienes usaron el trauma social de la guerra para sembrar las bases de un periodismo narrativo, que puede aplicarse y realizarse en nuestros tiempos para generar una conciencia social y una empatía emocional con las realidades que se transmiten en las noticias y donde los periodistas dejan de ser elementos fríos e inertes. Así, toda la sociedad que lea esta narrativa, se ve inmersa en ella, y esto solo puede conseguirse con el compromiso del periodista.

2. Desarrollo

En el desarrollo de este trabajo se verificaron los escritos, crónicas, reportajes e informes que realizaron los primeros corresponsales de guerra bolivianos, a los que se añadirían varios más a medida que el conflicto continuaba. Entre estos escritos se denotan aspectos relevantes en la práctica del periodismo narrativo, los cuales van evolucionando. Varios de los corresponsales llevaban seudónimos o apodos con los que enviaban sus noticias desde el frente de combate hasta sus editoriales en las capitales, pero la gran mayoría de los corresponsales se identificaban únicamente como "enviado especial" para no dar a conocer su situación y acción; así como para que su nombre no se viera envuelto en malos entendidos. Por ello, en este acápite, hare hincapié en cada uno de los aspectos y elementos anteriormente mencionados, que llevan a confirmar que los corresponsales de guerra fueron los precursores de periodismo narrativo moderno en Latinoamérica.

2.1. Los precursores

En febrero de 1933, el Dr. Joaquín Espada, ministro de Guerra del gobierno del presidente Daniel Salamanca, invitó al teatro de guerra a cuatro periodistas para informar sobre los hechos bélicos que acontecían en el Chaco Boreal. Estos precursores narrativos fueron: Francisco Villarejos, alias "Pancho Villa", enviado por el periódico **Semana Grafica**; Guillermo "Jimmy" Céspedes Rivera, por el periódico **La Razón**; Augusto Céspedes, por el periódico **El Universal** y Rodolfo Costas, por **Radio Nacional**. Posteriormente llegarían otros periodistas de los medios impresos y radiales de toda Bolivia: **El Diario**, **Última Hora**, **La Patria**, **La Crónica**, **La República**, **La Acción**, **La Tribuna**, **Páginas Cívicas**, **El Imparcial**, **Los Tiempos**, **Alas**, **Radio Illimani**, (Durán, 2015, p.2), que seguirían la línea marcada por estos primeros corresponsales de guerra, quienes tendrían la primicia de noticiar sobre el conflicto armado entre Bolivia y Paraguay a sus compatriotas.

Algo que debe tenerse en cuenta es que el periodismo durante un conflicto armado, a un nivel internacional, es de vital importancia, tanto para el ejército que se halla en campaña como para la sociedad que se mantiene en la retaguardia. Por ello se tienen directrices y reglamentos al momento de redactar una noticia, que consistían y aún consisten en:

- Elevar la moral nacional al mismo tiempo que se baja la del enemigo. Principal atribución dada al periodismo en tiempos de guerra.
- Jamás dar situaciones o coordenadas, así como tampoco se deben mencionar lugares que pueden ubicarse en un mapa dentro de las zonas de operaciones.
- Se debe ser consciente que durante un conflicto armado, el Estado Mayor General y el Ministerio de Guerra, tienen libertad de acción para censurar lo que crean conveniente a las noticias enviadas para su impresión.

El periodista durante un conflicto armado juega un rol relevante en pos de consolidar su principal objetivo: "incentivar la moral patria", logrado a través de las palabras que estos primeros periodistas debían transmitir. A pesar de ello, los corresponsales de la Guerra del Chaco vieron por conveniente no ser los típicos corresponsales chauvinistas que ensalzaban victoria tras victoria sin mencionar la realidad vivida en el campo de batalla; noticias que proliferaron durante la Primera Guerra Mundial entre 1914 y 1918.

Estos primeros periodistas empezaron su trabajo entrevistando a los comandantes bolivianos. En estas entrevistas empezaron a plasmar los primeros elementos de un género narrativo. Estos corresponsales, especialmente Augusto Céspedes y Guillermo Céspedes, comprendieron que era relevante transmitir un contexto geográfico, una realidad ajena a la urbana, y solo quienes sobrevivieron al Chaco Boreal podrían hacerlo. En estos primeros reportajes desde la línea del frente, los corresponsales cumplían su deber de dar la noticia, pero no solo de boca de los altos oficiales bolivianos que comandaban divisiones o regimientos; sino que también se dio a conocer la impresión del soldado, del hombre de tropa. En los primeros meses del conflicto armado, entre junio y septiembre de 1932, se publican estas noticias. Algo que los periódicos **La Razón** y **El Diario** llevan a cabo de manera explícita.

Así se da a conocer la realidad de la guerra chaqueña a través de las palabras de los combatientes. La delegación de periodistas que el periódico **El Diario**, en fecha 15 de marzo de 1933, llamó pomposamente "los soldados del pensamiento" fue disgregada a distintos puntos de la zona de operaciones. Augusto Céspedes fue adscrito al regimiento "Lanza" 5to. de Caballería, que llegaría a ser el regimiento insignia del ejército boliviano en campaña. Guillermo Céspedes se movió entre los fortines durante toda la campaña, su andar incansable le dio una amplia visión del conflicto armado. Adolfo Costas regresó a la urbe a mediados de 1933, pero su trabajo es uno de los primeros que tendría un corte humanista y filosófico.

"Pancho Villa" trabajó incansablemente entre las trincheras de primera y segunda línea de combate, pero no estuvo solo mucho tiempo, ya que llegaron a su lado varios "enviados especiales", de distintos diarios y sema-

narios bolivianos así como extranjeros, entre ellos destacan: “Martín del Fortín”, “El sargento de Ilabaya”, “Cabo Cuchillo”, entre otros, enviados para consolidar la comunicación desde las trincheras hasta las ciudades, donde los periódicos eran asiduamente comprados, algo que según el excombatiente de la guerra del Chaco, Daniel Espinar, era muy extraño: “Los periódicos eran muy solicitados, porque muchos esperaban saber de sus parientes que habían ido a la guerra, antes a casi nadie le importaba leerlos” (D. Espinar, comunicación personal. 7 de junio 2014). El trabajo de los corresponsales de guerra bolivianos recién había comenzado.

2.2. La primera persona

La objetividad periodística se parece a la mirada de un científico, que hace un experimento. Cualquier otro científico en cualquier otro momento y lugar podría repetir el mismo experimento y obtendría los mismos resultados. La subjetividad no tiene cabida en el laboratorio (...) pero cuando cuento una historia (...) lo primero que aparece es el narrador, es decir, yo. Es a mí y no a otro a quien le ocurrió la historia con el gendarme, la novia y las flores, y yo la cuento de una determinada manera, mientras que la que era mi novia o el chico que estaba con nosotros o el gendarme, la contarían de otra forma. Porque la forma en que contamos las historias nos define.” (Hersser, 2010, p.29)

Una característica básica y activa del periodismo narrativo es que se escribe en primera persona; genera una visión intrínseca de la noticia, aplicada a la realidad desde el punto de vista individual, desde un análisis propio, libre a las interpretaciones. Pero usar la primera persona al escribir una noticia, genera ese subjetivismo de enmarcar en un nivel micro todo un acontecimiento, centrándose en un hecho específico, en un lugar pequeño, cuando al mismo tiempo se realizan diversas acciones en lugares cercanos o lejanos al que pertenece la noticia redactada. Pero es allí donde lo subjetivo se vuelve objetivo, especialmente en el caso de los corresponsales bolivianos de la Guerra del Chaco. La subjetividad con la que se narra un hecho específico: la vida en campaña de un oficial o la defensa de un sector por un regimiento patrio, engloba la totalidad de las acciones que ocurren al mismo tiempo en la campaña del Chaco y es allí donde la experiencia de un soldado raso, un capitán, un coronel, se convierte en noticia narrativa, porque el periodista entrega su pluma al actor del hecho; el testimonio se convierte en noticia, llena de experiencias, acciones y sentimientos, que solo puede compartirlos quien estuvo en la acción como tal.

Un claro ejemplo es el caso del “enviado especial” del periódico **El Diario**, que entrevistó al coronel José Gonzales Portal, comandante del regimiento “Pando” 36 de infantería. Este periodista boliviano, el 20 de mayo de 1933, otorga su pluma al coronel para que sea él quien narre lo acaecido en febrero de 1933, cuando el regimiento a sus órdenes venció en Puesto Pabón al regimiento paraguayo “Gral. Mongelos” 3ro. de Infantería, comandado por el coronel ruso Boris Cassianoff, quien falleció en dicha batalla. Gonzales narra con cuidado y detalle lo sucedido, la patrulla que fue la primera en entrar en combate, la fuerza y coraje del moscovita que pereció a manos del cabo chuquisaqueño “Pitirito” y la sacrificada muerte de más de una decena de sus hombres en la defensa. Todo ello narrado por Gonzales, el periódico lo transcribió en su totalidad para cumplir su principal objetivo: “aumentar la moral”.

El hecho de que el periodista dejase que fuera Gonzales quien anoticiara a la sociedad en general sobre lo ocurrido, y que lo diga en primera persona, da una noción de realidad, de percepción y de acción a la misma sociedad, debido a que al leer sobre este hecho, uno se siente parte de la noticia como tal, es transportado a la realidad vivida por Gonzales y los suyos. Esta fue una de las primeras noticias de las que se tuvo referencia sobre el periodismo narrativo en primera persona. Asimismo, una de las notas más relevantes transcritas en primera persona y con este análisis subjetivo pero objetivo a la vez, es dada por Augusto Céspedes:

Pude vislumbrar con cierta precisión ese sentimiento individual y protohistórico cuando una noche oí exclamar al capitán Desiderio Rocha en una situación difícil “Hermanitos hay que sostenerse por el honor del Batallón”. No por la patria abstracta, ni por la conquista del Chaco, ni por iutti possessedetti, ni por los petróleos, sino por un designio definitivo y absoluto en sí mismo: ¡el honor

del batallón!, círculo y suma del sentido de la vida y de la muerte. En otra ocasión el mayor Celso Camacho nos alineó y pidió voluntarios para recuperar una posición ocupada por los paraguayos y todos avanzamos a codazos para abrirnos campo y ser los elegidos “¡yo mi mayor, yo mi mayor!”, se ingresaba al pleno deporte de la tragedia. Diríase con Chesterton: “Ya no interesa saber quién es el cuerdo y quién el loco; si todos tenemos que morir mañana. (Vargas, 2000, p.165).

Es, de esta manera, que al narrar las noticias en primera persona, tanto de manera personal, como es el caso de Céspedes, o de facilitar la expresión comunicativa a quien la vivió personalmente, como es el caso del “enviado especial” del periódico **El Diario**, que se consolidan las bases de lo que ahora es el periodismo narrativo.

2.3. La comunicación coloquial

La vida de campaña en el Chaco ha creado maneras de vivir – también de morir - gestos modos estilos y palabras que componen un folklore lleno de interés y a través del que se manifiesta a veces un humorismo extraño. Entre las palabras una de las más usuales es la “Tostificación” mediante la cual se expresa el conjunto de efectos sonoros y mecánicos que producen los disparos de los fusiles, ametralladoras o cañones.

- Ayer hubo una tostificación bárbara en el sector del 16 (de infantería) se oye al decir al llegar a Nanawa.
- Vaya con cuidado este lugar es uno de los más “tostificados”.
- Esto no es nada. Donde ha habido “tostificación” fue en Campo Jordán.

El término resulta agradable y según averiguaciones filológicas que de hecho es invención del capitán Pol. (Céspedes, 2010, p.30).

La forma como se transcribe la noticia es concurrente a las leyes de la gramática y ortografía dadas por la Real Academia de la Lengua Española. Las noticias se daban cumpliendo con estas normas. Pero cuando llegó la guerra, se fueron tejiendo “jergas” con un significado especial dentro de la idiosincrasia de los combatientes bolivianos. Un elemento que no pudo pasar desapercibido, especialmente por los corresponsales de guerra. De esta manera, las noticias que seguían las normas estandarizadas por la ortografía y gramática general, tuvieron inmersas palabras “coloquiales” con modismos de los soldados originarios de una región específica de Bolivia, así como otras que se forjaron a lo largo de la contienda.

En el siguiente cuadro se encuentran algunas de estas palabras que fueron usadas durante la campaña del Chaco y que tenían un significado específico para los combatientes bolivianos que las usaban diariamente y que fueron transcritas por los corresponsales:

Cuadro 1: Palabras coloquiales de los combatientes bolivianos

JERGA DE COMBATIENTES	SIGNIFICADO
Chocolateras	Era el nombre que los soldados dieron al botín reglamentario del ejército; de color café oscuro, estaba hecho enteramente de cuero desde la suela hasta su lengüeta.
Tostificación	Era el término que usaban los soldados bolivianos al referirse al momento en que existía un fuerte fuego de fusiles y/o artillería, concentrado en un sector de la línea de combate.
Repete	Muchos soldados bolivianos eran de comunidades indígenas del altiplano, por ello no hablaban fluidamente el castellano; cuando se repartía comida, y una vez consumida su ración, iban a las cocinas para pedir más comida, diciendo en un torpe castellano: “Repete, repete”, (puedo repetir), por ello muchos oficiales llamaban al soldado raso “El repete”.

Pilas	Cuando comenzó la campaña del Chaco, los soldados bolivianos notaron que los soldados paraguayos en su mayoría iban descalzos, ello motivó a que se les llamara de forma despectiva "pata peladas", luego se designó como "pata pilas" y en los últimos años de la campaña, a todos los soldados paraguayos se les conocía como "pilas".
Pilitis	Cuando un soldado de la línea de combate deseaba retirarse de la misma, aseveraba estar enfermo. Pero al corroborar su buen estado de salud, se decía en forma de burla o broma: "tienes pilitis" es decir enfermedad o miedo a los paraguayos.
Izquierdistas	Así se nombraba a aquellos soldados bolivianos que se herían a sí mismos, en la mano o brazo izquierdo, para lograr su retiro de la línea de combate. Pero una vez comprobada la automutilación, eran fusilados por traición a la patria.
Cuatrereaje	"De cuatrereros" es el término referente al ataque sorpresivo o emboscada realizada por patrullas paraguayas infiltradas tras la línea de combate hacia los camiones bolivianos que atravesaban en solitario, los caminos que unían los distintos puestos y fortines bolivianos.
Piripipi	Es la denominación que se le dio a la subametralladora Schmeisser, debido a su tipo de disparo que hacía un sonido agudo al momento de disparar los proyectiles.
Emboscados	Era el nombre despectivo dado a quienes usaban las influencias familiares y/o amistades para ser incorporados en puestos de retaguardia, alejados de las acciones bélicas.
Islas	Se denominaba de esta manera a pequeños grupos de árboles que se encontraban aislados dentro de un amplio pajonal o en medio de tuscales y/o matorrales.
Picadas	Así se denominaban a los caminos y senderos abiertos por hacha y machete que utilizaban los regimientos de zapadores para conectar los puestos y fortines bolivianos.
Fondo	Así eran denominados los turriles de gasolina que una vez limpiados servían como cocinas ambulantes para dar alimento a las tropas combatientes que se movían constantemente.

Fuente: Ex combatientes Carlos Rodríguez Cortez y Daniel Espinar Rada. Elaboración propia.

De esta manera, al usar estas palabras, los corresponsales de guerra enviaban un remanente de la vida en campaña de los soldados bolivianos a sus familias y conocidos que permanecían en retaguardia. Al mismo tiempo que se utilizaban las palabras forjadas en el campo de batalla en los reportajes y entrevistas, también se utilizaban los modismos regionales de los propios combatientes, muchas veces influenciado por los idiomas nativos y originarios como son el aymara, quechua, guaraní, etc.

Es importante recalcar que en el ejército boliviano, así como en la sociedad boliviana de aquel entonces y aún en la actualidad, no todos hablaban fluidamente el castellano. Existían soldados y comunidades enteras que nacieron y crecieron en su idioma originario, y una vez en el campo de batalla, debían interpretar las órdenes recibidas en castellano, algo por demás difícil de lograr en momentos de tensión. Por ello, las jergas y modismos del mestizaje de palabras que existieron en esos días bélicos fue relevante para que aquellos que conocían levemente o no tenían una total comprensión de lo que ocurría a su alrededor, pudieran entender lo que sucedía y actuar conforme lo indicaba su oficial que los comandaba. Algunos de esos modismos serán descritos en el siguiente cuadro:

Cuadro 2: Modismos regionales bolivianos en la Guerra del Chaco

MODISMOS REGIONALES	SIGNIFICADO
Khencha	"Mal agüero", término aymara dado a personas, animales o situaciones que la superstición de los soldados consideraba que traía desgracias o agravios a quienes las presenciaban.
K'anka	"Rubio", es el apodo en idioma aymara que se dio al general alemán Hans Kundt, quien fue comandante del Ejército boliviano desde fines de 1932 hasta fines de 1933.
Q'ita	"El que escapa", término aymara despectivo hacia aquellos que huían del combate, "se ha q'itado".
K'ochalo	"Cochabambino", término dado a los soldados naturales del departamento de Cochabamba.

Chuk'uta	"Paceño", término aymara dado a los soldados originarios del departamento de La Paz.
Camba	"Oriental", término generalizado a todos los soldados que eran originarios del oriente boliviano, específicamente de los departamentos de Beni y Santa Cruz.
Wawa	"Niño", término aymara dado a los soldados más jóvenes. También era un término despectivo haciendo referencia al miedo o cobardía de algún soldado: "como wawa lloras".

Fuente: Ex combatientes Daniel Espinar y Carlos Rodríguez. Elaboración: propia.

Tanto la jerga creada durante la campaña, así como los modismos regionales, fueron de gran relevancia entre los corresponsales de guerra, muchos de los cuales también tenían cierta noción del idioma nativo. Pero la comprensión de estos, al mismo tiempo que del castellano, fue relevante para dar las noticias de combatientes bolivianos que se hallaban inmersos en su lenguaje natal y que se expresaban con dificultad en castellano; ello fue un aspecto que recalcó mucho en la entrevista al ex prisionero Miguel Mamani.

Cuando Guillermo Céspedes le entrevistó en mayo de 1935 para el periódico **La Razón**, hizo referencia a que "él habla en un elegante quechua pero no se expresa muy bien en español", aun así logró un reportaje que narra la acción bélica, la captura y la evasión del soldado Mamani, quien con sus propias palabras, traducidas a un español aceptable, logró relatar una realidad que no se conocía mucho en ese tiempo: los prisioneros de guerra. Por esta razón el trabajo periodístico de Guillermo Céspedes es considerado de los mejores durante la campaña del Chaco:

Guillermo Céspedes narró los grandes combates desde la perspectiva del reportero; recreó las hazañas de Ustarrez, Busch y Pabón. Entrevistó a los comandantes Peñaranda, Rodríguez y Moscoso, acompañó a los Héroes como Bilbao Rioja en el desarrollo de sus batallas, se movió entre Tarija, Villamontes, Ballivián y Capirenda y escribió la crónica más emotiva sobre el día en que cesó la lucha y llegó la paz. (Vargas, 2000, p.165).

2.4. La empatía emocional

"...el periodismo es capaz de hacer algo más que transmitir la voz y el punto de vista del narrador; puede llevarnos a las voces, las lógicas, las sensibilidades y los puntos de vista de los otros." (Herrscher, 2000, p.30).

El objetivo primordial del periodismo narrativo es crear un vínculo entre la noticia y la sociedad, pero donde el periodista deja de ser un conductor y forma parte de ambos elementos al mismo tiempo: es actor de la noticia que narra y a su vez es crítico de la misma al momento que la comparte con la sociedad.

El hecho de narrar una realidad genera un cúmulo de pensamientos y sentimientos de parte del público que recibe la noticia, al mismo tiempo que también tiene las impresiones del periodista como tal. A ello se considera una empatía emocional, debido a que las palabras del periodista afectan la sensibilidad y la comprensión de la sociedad hacia una realidad que le es ajena. Se asevera esto por el hecho de que cientos de miles de aquellos que reciben las noticias en los poblados y urbes de retaguardia no han escuchado un duelo de fusilería, no han sentido el tronar de uno, cinco o decenas de cañones; tampoco han visto a la muerte de cerca, no han vivido con el temor del último día, cada día de sus vidas, no han sentido la sed, el calor, la indiferencia y la hostilidad que con la tensión reinan en el aire. Para ellos todo esto es algo que nunca existió, que nunca se vivió, y que nunca comprobaron su veracidad.

Es en ese aspecto, donde el periodista narrativo, personificado en los corresponsales de guerra bolivianos, consolida una forma de transmitir todo lo anteriormente descrito a una sociedad apática e insensible; es mediante estas narraciones, hechas por los corresponsales mismos así como por los propios sobrevivientes de los combates a quienes les prestan su pluma, que se dan las noticias de forma narrativa y a la vez veraz. Es así como los lectores de los medios impresos y también la audiencia de *Radio Illimani* conocerían de primera mano la realidad clara, concisa y cruda del Chaco Boreal; vivirían la batalla de la voz de quienes estuvieron allí,

conocerían en cuerpo y palabras ajenas las penurias de los prisioneros de guerra, sabrían de la voz de quienes fueron canjeados o de aquellos que tuvieron el coraje y la temeridad de realizar una evasión, arriesgando su vida en tal empresa, sentirían cada herida de los evacuados, llorarían con cada muerte anunciada y recordaría- na los héroes que cayeron con gloria en los campos de Marte. La población en general conocería la verdad del Chaco Boreal, la sentiría, la viviría, todo mediante la voz y pluma de los corresponsales bolivianos que dejando las reglas de la gramática general, se vieron inmersos en la transcripción narrativa para dar a conocer la crudeza del Chaco donde bolivianos y paraguayos morían por centenas para adueñarse de ese infierno verde. Es así que, mediante el trabajo de los corresponsales de guerra bolivianos, "unos" (la sociedad) tuvieron conciencia de "los otros" (el ejército en campaña).

El principal expositor de este medio fue Augusto "El Chueco" Céspedes, uno de los principales corresponsales de guerra del ejército boliviano, como "enviado especial" del periódico *El Universal*. Céspedes comenzó sus "crónicas", como el mismo las tituló, con humor, optimismo y patriotismo. Al poco tiempo de convivir con los soldados en el frente de batalla, se tornaron más crudas, críticas y realistas. Céspedes lograba, con su pluma, transportar a todo quien leyese sus escritos hacia la línea de combate, que era desde donde venían sus palabras; en ellos hablaba de la realidad del soldado boliviano, de lo inhóspito del Chaco Boreal, de los enemigos invisibles del monte chaqueño como son la sed, las enfermedades y los insectos, que afectan en igual o mayor fuerza a los soldados paraguayos, quienes existen y están al otro lado del matorral. Sus escritos sirvieron para que en la post guerra, escribiese una colección bajo el epígrafe de: "crónicas heroicas de una guerra estúpida". Presento algunos párrafos de sus escritos para denotar la diferencia y experiencia de su vida y la transcripción de su pluma, en un principio jocoso y divertido, para luego tornarse dramática y cruda:

Rosa Pizarro, la serena miss Bolivia fue designada, por unanimidad, madrina de los corresponsales de guerra, creándose así un parentesco individual a que estos se han puesto tan orgullosos como si hubieran obtenido una condecoración a priori, pero de todos modos nadie podrá negar que hemos logrado un record periodístico. Entre Ríos 15 de febrero de 1933. (Céspedes, 2010, p.17)

En el Chaco la obra más pequeña requiere un enorme esfuerzo, pero no hay obra por más difícil que sea, que no sea emprendida. El hombre en guerra, crucificado con el tiempo y el espacio del Chaco los vence con los recursos más admirables ¿no hay agua? Tráiganselo de veinte lenguas de distancia, diariamente ¿no hay caminos? Pues, abraza uno, aunque sea de cincuenta kilómetros con hacha y machete. (Céspedes, 2010, p.56).

Es así como Céspedes transportaba al lector hacia el Chaco Boreal, hacia la camaradería del combatiente boliviano, hacia la guerra. Tal fue la fuerza de sus palabras que el gobierno clausuraría el periódico **El Universal** a mediados de 1935. Pero aún así, se ha demostrado que tanto la obra de Céspedes como la de sus contemporáneos, fue la base de lo que ahora es el periodismo narrativo, solo que en el caso boliviano, este tipo de periodismo estuvo forjado a sangre y fuego en las arenas y tuscales del Chaco Boreal.

3. Conclusión

Reconocemos la impronta del nuevo periodismo en este llamado periodismo narrativo de hoy, cuyas crónicas combinan el entretenimiento con el poder simbólico del que el lector dispone en la novela y el cuento. La realidad se interpreta a medida que se la narra, tiene vacíos, le faltan certezas. Lejos de proponer una visión del mundo completa y acabada, los textos de la tendencia interpelan al lector, quien debe trabajar en pos de la construcción del sentido de la historia. (Bonano, 2014, p.39)

Apoyando la premisa de Mariana Bonano, este trabajo consolida el accionar y relevancia social actual del periodismo narrativo, a partir de un análisis de sus orígenes: el periodismo de la Guerra del Chaco, ese periodismo en tiempos de guerra cuyo objetivo era consolidar la moral nacional y bajar la del enemigo; un aspecto que las editoriales de los medios impresos tuvieron a buen recaudo de lograr; pero que tuvieron un gran apoyo en los corresponsales de guerra, quienes al narrar con sus propias palabras o con las de los propios ex

combatientes la veracidad de la guerra del Chaco, fueron afectando y llevando a un nivel personal la comunicación de las noticias e informes.

El uso de la primera persona en el desarrollo de las noticias impresas, a medida que iban pasando los meses y años del conflicto bélico fue recurrente al momento de publicar las noticias. Esta forma de narrar comenzó con entrevistas a los oficiales así como a algunos suboficiales, proliferó a medida que surgían ex combatientes de alguna batalla relevante, heridos y evacuados que comprendían la realidad de algún sector, que habían conocido en vida a alguno de los héroes patrios caídos en combate o que habían vivido una terrible experiencia como cautivos repatriados o prisioneros evadidos. Tales experiencias usadas en primera persona, con lenguaje coloquial e idiosincrasia personal de cada narrador, generaba y motivaba la empatía emocional a medida que iba transcurriendo la campaña.

El sentido de pertenecía y visión personal con el que varios de los corresponsales de guerra bolivianos realizaron su trabajo, al narrar la realidad bélica, al mismo tiempo que la analizaban y criticaban, generó un elemento importante en su trabajo, debido a que fue por estos motivos principalmente por los que se convirtieron en una nueva especie de periodistas: los narrativos. A través de narrar el conflicto abrieron camino a sus sucesores para una nueva forma de ver y dar la noticia, una nueva concepción de la importancia inmediata de decir la verdad, porque esta se entiende, se analiza y, literalmente, se vive.

Algunos aspectos dignos de continuidad en el desarrollo del periodismo narrativo en la actualidad, comparando con la ejercida por los corresponsales de guerra durante la campaña del Chaco, serían los siguientes:

Primero, comprender que el periodista no es un ente ajeno, frío ni estático cuando se desarrolla una noticia; y que al informar sobre a la población puede tomar una postura hacia la noticia. El periodista toma un rol dentro de la noticia, debe comprenderse y entender que al momento de transmitirla puede analizarla y criticarla desde su propia concepción y que puede afectar en gran medida a todo aquel que la reciba.

Otro aspecto relevante es que el periodista afecta en gran medida la conciencia social así como los sentimientos generales de muchas personas, indiferentemente del credo, raza o ideología. Todas las personas tienen un corazón y un cerebro a los cuales el periodista puede afectar en la medida en que transmita la noticia con un tinte narrativo.

Por último se debe de comprender que en la actualidad, el periodismo narrativo va ganando fuerza, especialmente en los medios cibernéticos, por ello proliferan blogs, youtubers y textos que nacen de la propia percepción de sus autores o creadores, quienes toman un rol empírico de periodista, analizan su realidad y entorno, así como la problemática social del momento.

La relevancia del periodismo narrativo moderno recae en el compromiso del periodista como tal hacia esta tendencia de informar a la sociedad en general. El periodista debe estar comprometido con la realidad de la cual informa, así como lo hicieron los corresponsales de guerra bolivianos durante la campaña del Chaco, para dar la noticia hacia la sociedad de la cual es parte. Si no existe ese tipo de compromiso del periodista narrativo, tanto para con su sociedad como para con la noticia, el periodismo narrativo perdería su esencia. Después de todo, la historia se escribe día a día en la prensa nacional y mundial. Qué mejor forma de escribir la historia, si no es mediante el periodismo narrativo comprometido, al igual que lo fueron los corresponsales bolivianos de hace más de ochenta años atrás.

Bibliografía

- Bonano, M. (2014). "Tendencias del periodismo Narrativo Actual". *Question*. Revista especializada en periodismo y Comunicación. Volumen 1 N° 43 pp. 40 – 50. ISSN 1669 5581. Julio – septiembre de 2014. Tucumán, Argentina.
- Puerta, A. (2011). "El periodismo narrativo o una manera de dejar huella de una sociedad en una época". *Anagramas*, volumen 9, N° 18, pp. 47-60. ISSN 1692-2522. Enero-junio de 2011. 210 p. Medellín, Colombia.

- Céspedes, A. (2010). "Crónicas heroicas de una guerra estúpida". 10° Edición. La Paz, Bolivia. Librería Editorial "G.U.M."
- Durán, M. (2015). "La Prensa durante la guerra del Chaco". La Patria. Oruro, Bolivia.
- Herrscher, R. (2009). "Periodismo Narrativo". Santiago, Chile. Editorial Universitaria "Finis Terrae".
- Vargas, M. (2000). "La Historia de Bolivia en el Siglo XX". La Paz, Bolivia. Editorial "Presencia".
- Espinar, D. (2014). Los prisioneros de guerra. La Paz, Bolivia
- Rodríguez, C. (2014). Los prisioneros de guerra. La Paz, Bolivia.

Recepción y significación del periodismo narrativo en México

Reception and meaning of Narrative Journalism in Mexico

Recepção e significação do jornalismo narrativo no México

Ana Jazmín Fernández de Lara Calderón

anna.de.lara@gmail.com

Estudiante de la Maestría en Comunicación en la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, en donde realiza su investigación de tesis sobre Periodismo Narrativo en América Latina. Recién egresada de la licenciatura en Estudios y Gestión de la Cultura, en 2012, comenzó a trabajar en edición, redacción y corrección de estilo en medios impresos de la Ciudad de México y Oaxaca. En 2014 fue becada por los gobiernos de Francia y México para fungir como Asistente de idioma de español en París. Ha cursado talleres de periodismo, crónica, literatura mexicana, dramaturgia, gestión cultural y fotografía.

Resumen

La producción de periodismo narrativo en México es muy limitada: sólo algunos medios apuestan por este tipo de creaciones; sin embargo, paulatinamente se empieza a notar su presencia en el país.

Buscando entender cómo es la recepción y significación del periodismo narrativo en México, se realizaron encuestas acerca de la significación dos textos periodísticos que hablan sobre el mismo tema, pero con diferentes formas de contar la realidad: el caso Acteal. Las encuestas fueron diseñadas en torno a la significación, y la veracidad que los textos ofrecen. El primer texto es "Acteal, la injusticia que no termina", escrita por Marcela Turati, y publicada por *Gatopardo*. El segundo texto fue "La PGR, dispuesta a acatar decisión en caso Acteal", escrita y publicada por *El informador*. La investigación consta de tres partes. La primera es un estudio sobre periodismo narrativo: cuál es su conceptualización, qué de éste se ha estudiado, y desde donde se está produciendo actualmente; la segunda parte es expresada a partir de las encuestas realizadas: ¿por qué el periodismo narrativo puede resultar significativo para los receptores?; y finalmente la tercera se basa en estudiar el texto en sí, para entender el porqué de la significación.

Palabras clave: Periodismo narrativo, significación, recepción, México.

Summary

The production of the narrative journalism in Mexico is limited: just a few participants in the media opt for this creations; however, its presence gradually begins to be noticed in the country.

Seeking to understand how the reception and the meaning of narrative journalism in Mexico, surveys were made on the meaning that they perceived as readers from two newspaper articles that are about the same topic, but with different ways of telling the truth: the Acteal case in 2009.

The surveys were designed around the meaning and veracity that the texts offer. The first text is "Acteal, la injusticia no termina" ("Acteal, injustice does not end") written by Marcela Turati, published by *Gatopardo*. The second text was "PGR, dispuesta a acatar decision en caso Acteal" ("PGR willing to obey desicion case decision in Acteal"), written and published by *El informador*.

The research consists in three parts. The first is a study on narrative journalism: what its conceptualization is, which has been studied on it, and where is currently producing from. The second part is expressed from surveys: why narrative journalism can be significant for the recipients? The third is based in the text itself, to understand why is significant.

Keywords: Narrative journalism, Meaning, Reception, Mexico

Resumo

A produção do jornalismo narrativo no México é limitada: apenas alguns participantes nos meios de comunicação preferem este tipo de criações; no entanto, a presença gradualmente começa a ser notado no país.

Buscando entender como a recepção eo significado da narrativa jornalística no México, pesquisas foram feitas sobre o

significado que teve como leitores de dois artigos de jornal que falam sobre o mesmo tema, mas com formas diferentes de dizer a verdade: caso Acteal em 2009.

Os inquéritos foram concebidos em torno do significado e veracidade que os textos oferecer. O primeiro texto é "Acteal, la injusticia nunca termina" ("Acteal, a injustiça não termina") escrito por Marcela Turati, publicado pela Gatopardo. O segundo texto foi "PGR, dispuesta a acatar decisión en caso Acteal" ("PGR, disposta a obedecer decisio decisio no caso Acteal"), escrito e publicado pelo El Informador.

A pesquisa consiste em tres partes. O primeiro é um estudo sobre jornalismo narrativo: o que é a sua conceituação, que tem sido estudada, e onde ele está produzindo atualmente. A segunda parte é expresso a partir de pesquisas: por que o jornalismo narrativo pode ser significativo para os beneficiários? O terceiro é baseado no texto, para entender por que é significativo.

Palavras-chave: New jornalismo, significado, recepção, México.

Introducción

En América Latina el ejercicio del periodismo narrativo data de la década de 1960. En México, después de más de 50 años de que surgió, su producción es escasa (en comparación con lo que se hace de periodismo tradicional). Sólo algunos medios —casi todas revistas o publicaciones online—, apuestan por este tipo de creaciones; sin embargo, paulatinamente se empieza a notar más la presencia del periodismo narrativo en el país.

Buscando entender cómo es la recepción y significación del periodismo narrativo en México, se realizaron 20 encuestas a personas de entre 25 y 60 años, con una educación promedio universitaria y que suelen leer noticias a diario. Las preguntas hechas fueron sobre la significación que tuvieron como lectores a partir de dos textos periodísticos que hablan sobre el mismo tema, pero desde una manera diferente de contar la realidad: el caso Acteal.

El primer texto que se dio a leer fue *Acteal, la injusticia que no termina*, escrita por Marcela Turati y publicada por la revista especializada en periodismo narrativo *Gatopardo*, el 18 de septiembre de 2009. El segundo texto fue *La PGR, dispuesta a acatar decisión en caso Acteal*, escrita por la redacción de *El informador* y publicada ahí mismo el 7 de agosto del 2009. Los encuestados no fueron informados que un texto forma parte del denominado *periodismo narrativo* y las preguntas ahí vertidas fueron diseñadas en torno a la significación y a la aceptación de la veracidad, cuestión que se ha estudiado frecuentemente sobre el periodismo narrativo, y que más adelante trataremos.

Esta investigación constará de tres partes. La primera será un estudio sobre el periodismo narrativo: cuál es su conceptualización, qué de éste se ha estudiado, y desde donde se está produciendo en la actualidad. La segunda parte será expresada a partir de las encuestas realizadas ¿Por qué el periodismo narrativo puede resultar significativo para los receptores? Y finalmente la tercera parte se basará en estudiar el texto narrativo y el uso de figuras literarios dentro de éste, para entender el porqué de la significación.

Para la creación de las encuestas hemos decidido utilizar como referente *La metodología de encuesta* de Heriberto López Romo (Galindo, 1998). Cabe aclarar que se trata de encuestas descriptivas con la finalidad de detallar con precisión las características del fenómeno del periodismo narrativo y sus especificidades. A partir de la hipótesis de que por medio del periodismo narrativo la gente puede tener un mayor grado de empatía y por lo tanto el texto sería más significativo, se hizo una comparación entre los textos. El criterio para elegir a las personas a encuestar, se basó en otorgarla a quienes fueran asiduas a la lectura, que tuvieran una cultura de leer noticias a diario, que tuvieran una educación superior, en su mayoría, y que las edades estuvieran en un rango de entre 25 y 60 años de edad.

Las encuestas se realizaron a partir de preguntas abiertas, para que los encuestados tuvieran toda la libertad de expresar su respuesta. Solamente en casos concretos se hicieron preguntas cerradas pero acompañadas de la pregunta "¿por qué?", para que pudieran dar sus opiniones. Creemos que a partir de la formulación de

estas preguntas encontraremos riqueza en la respuesta de qué es lo que da más significación en un texto periodístico.

Finalmente para entender el porqué de la significación se realizará un breve análisis del texto de periodismo narrativo. Dicho análisis será estudiado a partir de cómo está estructurado el contenido y cómo se lleva a cabo el uso de las figuras literarias, del cual éste se encuentra completamente permeado.

Desarrollo

1.1 Periodismo narrativo, antecedentes y estudios

Como ya lo mencionábamos anteriormente, en América Latina el ejercicio del periodismo narrativo data de las décadas de 1960 y 1970, años donde fue muy prolífica la aparición de este tipo de trabajos (García de León, 1998). Sin embargo, el estudio académico se ha quedado relegado a los mismos productores de periodismo narrativo, en la mayoría de los casos. Dichos estudios se han basado en distinguir el proceso de adaptación, aceptación y legitimación académica del nuevo género. La exclusividad del proceso narrativo se refleja en los nombres con los que se aludió al entonces nuevo género: reportaje de no ficción, literatura de no ficción, no ficción creativa, al arte de los hechos, novela de no ficción, ficción ensayística, ficción factual, literatura de hechos, literatura no imaginativa (Hartsock, 1999).

Para el efecto de esta investigación usaremos el término de periodismo narrativo, teniendo por entendido que éste abarca los géneros de no ficción dentro del periodismo.

Entenderemos entonces de aquí en adelante por periodismo narrativo aquel tipo de texto en el que las artes estilísticas y de construcción narrativa, asociadas desde siempre con la literatura de ficción ayudan a atrapar la fugacidad de los acontecimientos, que es la esencia del periodismo (Kramer, 1995).

El motivo de que los estudios académicos hayan sido realizados con la finalidad de legitimar el género, se debe a que los textos periodísticos narrativos –reportaje novelado, novela reportaje, perfil, y crónica–, fueron desdeñados por los críticos literarios, la literatura académica, los críticos del Periodismo y la Mass communication Academy hasta entrada la década de los 90 (Hartsock, 1998).

¿Por qué se desdeña al periodismo narrativo? El periodista mexicano Raymundo Riva Palacio señala que: «la única función válida en el periodismo es informar, descifrar los códigos de comunicación que no son accesibles a la mayor parte de la sociedad, y darle [al lector] herramientas y conocimientos para poder comprender mejor los hechos y las acciones” (Riva Palacio, 1998, p. 30). Por su parte, Gomis plantea que el periodismo es considerado un método de interpretación sucesiva de la realidad social, la cual se propone, ante todo, conseguir que cualquier persona en cualquier lugar pueda ponerse al corriente de lo que pasa, comentarlo e intervenir en las acciones en curso si pueden y lo desean (Gomis, 1991, p. 43). Sin embargo, el periodismo narrativo no sólo se queda en el aspecto de informar, descifrar y dar herramientas para la comprensión de los hechos; a diferencia del periodismo convencional, la subjetividad se muestra como uno de sus rasgos definitorios.

Para Puerta (Puerta, 2011) el periodismo es como una modalidad de discurso, pues comparte distintas características con la escritura que se considera tradicionalmente como literaria, es decir, como arte del lenguaje. El periodismo no es una imagen que refleja la realidad, sino una construcción: una representación de ésta. Y construcción quiere decir que es una producción discursiva, con todas las características que puede tener una representación de una obra literaria, es por eso que el periodismo narrativo logra estar en el ámbito del periodismo, debido a que es una representación de la realidad, aunque muestre una mirada subjetiva y personal. En el periodismo narrativo, entonces, puede haber textos muy imaginativos, que requieren un gran esfuerzo intelectual de sus autores. Lo único que quedaría excluido sería lo imaginario, lo ficcional.

El asunto de la subjetividad en el periodismo narrativo podría parecer un equívoco si miramos el periodismo desde su concepción tradicional o si nos apegamos a la definición del periodismo informativo, empero, el pe-

riodismo va más allá de la noticia, en él están presentes otros géneros en los que es necesario el componente subjetivo, la mirada, la interpretación, el análisis, la descripción del periodista que los realiza.

Otro académico que ha estudiado el periodismo narrativo es Domenico Chiappe, quien en *Tan real como la ficción* considera que el periodista, al igual que cualquier escritor, es un mudo que señala una minúscula parte del universo que pasaría desapercibida si, al mismo tiempo que convence al lector para que se detenga a mirar, no tejiera una tela de araña donde atraparlo (Chiappe, 2000). Apunta que el periodismo es un género literario, ya que puede ser un arte más que un oficio, si el redactor se plantea escribir literatura de no ficción. El periodismo narrativo une las técnicas narrativas con la redacción noticiosa, debido a que desarrolla la habilidad de contar historias y la aplica en las maneras de narrar la realidad. El autor reúne las técnicas de la narrativa de ficción y analiza cómo se pueden aplicar para todo aquel que relata historias reales, sin renunciar a la veracidad ni a la noticia; se abordan las estrategias que, por una parte, construyen un texto capaz de atrapar al lector y, por otra, influyen en la manera de transmitir la realidad. Busca, entonces entender los códigos literarios y periodísticos para lograr dominar las herramientas narrativas y poder plasmarlas en los medios.

Por su parte George Stainer (Stainer, 2000) ha denominado *Posficción*, ese campo en el que hay una delgada línea entre la ficción y lo fáctico (en donde entra la subjetividad que hay explícitamente en el periodismo narrativo), sin embargo, este término refleja que debe ser algo no ficcional: no cabe la mentira, simplemente llega a tener límites poco visibles.

Manuel Silva Rodríguez (Silva, 2007) habla acerca de las relaciones entre periodismo y literatura. Expone que no se trata de trasladar técnicas o procedimientos de un campo a otro, sino de poner en cuestión el concepto mismo de literatura privilegiado por la tradición. Para fundamentar sus planteamientos, Silva recurre a la opinión de varios teóricos que coincidieron en señalar las características de fondo del periodismo narrativo y centra su atención en la diferencia entre lo imaginativo y lo imaginario.

En *Más allá del periodismo narrativo* Galo Espinoza realiza un acercamiento a un debate reciente, en el cual las posiciones críticas, por lo menos con respecto a las posiciones artísticas, han ido ganando espacio en el terreno del periodismo narrativo. Desde su perspectiva desde las últimas décadas del siglo pasado hasta hoy, los géneros narrativos han buscado posicionarse en la vanguardia del periodismo por lo menos en América Latina. Con mayor o menor frecuencia y en espacios más bien limitados, dependiendo de los entornos mediáticos de cada país, los géneros que utilizan herramientas de la literatura se han creado su espacio, y han sido valorados por los lectores, por los propios periodistas e incluso por los espacios académicos (Espinoza, 2013).

A lo largo de la historia, se han multiplicado los intentos de definir la literatura y distinguirla de otras realidades culturales, sin embargo, la definición que retomaremos es la de Albert Chillón, en donde define a la literatura como un discurso construido socialmente; compuesto por una parte, por la intención literaria de quienes lo producen y por otra, sobre todo, "por el reconocimiento y el sentido que le otorgan aquellos que son consumidores y consumidores: el acto literario se inicia en las manos del autor, cierto, pero solo se consume en la lectura" (Chillón, 1999, p. 33). Afirma que lo literario no se reduce a las obras escritas que merecen entrar en un canon—según criterios que juzga discutibles e históricos— ni a las obras de ficción o imaginación.

Genette, por su parte define a la literatura subrayando algo que considera indiscutible: el uso artístico de la palabra *literatura*. Y entonces, se pregunta: ¿qué hace de un texto una obra literaria o estética? Concluye que una de las respuestas, quizá la más antigua, está en la vinculación que se ha hecho de lo literario con la presencia de determinados temas o contenidos. La ficcionalidad, explica Genette, es la condición suficiente de lo literario. Sin embargo se cuestiona si esa condición es única y necesaria. Genette da la pauta a la existencia de textos que son percibidos, sentidos e identificados como literatura, aunque no necesariamente, se ajusten a los criterios. Afirma que existe una literatura no ficcional en prosa (puede ser historia, elocuencia, ensayo, autobiografía) y la nombra *literariedad condicionalista*, es decir, en ciertas circunstancias y bajo ciertas condiciones se convierte en literario un texto que inicialmente cumple otras funciones que tienen que ver con la subjetividad, pues se puede mostrar como literatura un texto, cuando alguien se interesa sobre todo en su

forma y su significación, es decir en cómo es presentado dicho texto sin importar para qué está hecho. Genette llama a este quehacer una *recuperación estética*, en donde textos que están hechos desde perspectivas diferentes a las literarias se pueden incrustar en ésta. Desde aquí proponemos situar al periodismo narrativo: definitivamente importa qué se dice, pero trasciende también el cómo se cuenta.

En *Periodismo y literatura: una tradición de relaciones promiscuas*, Chillón plantea el libro como un punto de partida, (Chillón, 1995.) El autor genera una teoría sobre la relación entre la literatura y periodismo, a la luz de la consciencia lingüística, en donde muestra la literatura como un acto de ficción, la identificación entre lenguaje y pensamiento ("toma de consciencia lingüística" le llama), para así llegar a la deconstrucción de la noción de "realidad".

Por una parte, Chillón entiende al periodismo como una profesión intelectual, ejercida por auténticos escritores que no han de quedar constreñidos en sus posibilidades expresivas por las limitaciones impuestas por una falsa e imposible objetividad; y por otra, propone definiciones de conceptos, por ejemplo, literatura como "un modo de conocimiento de naturaleza estética que busca aprehender y expresar lingüísticamente la calidad de la experiencia" (Chillón, 1995, p. 70) y, al margen de las denominaciones, la clasificación entre los distintos tipos de enunciaciones: facticias (documentales: veraces y con un alto grado de verificabilidad; y testimoniales: veraces, pero de escasa verificabilidad) y ficticias (realistas, fabuladoras y falaces).

A través de diversos autores, logramos constatar que la estética y la recepción de las obras estéticas no pueden ser estáticas y que hay momentos en los que es necesario analizar tendencias diferentes a las dominantes, es así como podemos entender la hibridación entre periodismo y literatura para poder constituir el periodismo narrativo.

1.2 Los antecedentes del periodismo narrativo

El Periodismo Narrativo propone diferenciarse del periodismo tradicional: si bien todo relato presenta una realidad, éste se aborda desde una perspectiva literaria (Ramírez, 2014).

Para hablar de los orígenes del Periodismo Narrativo se puede tomar como referencia el movimiento norteamericano de la década de 1960, autodenominado *Nuevo Periodismo*, que de la mano de autores como Tom Wolfe, Truman Capote o Norman Mailer, renovaron al periodismo de la época, apropiándose de elementos y procedimientos literarios a la hora de narrar la no-ficción (Jaramillo, 2012).

Por otra parte también se puede hablar de los orígenes del Periodismo Narrativo en la prosa de los autores modernistas de fines del siglo XIX, principalmente José Martí, Rubén Darío y Manuel Gutiérrez Nájera (Rotcker, 2005). Este nuevo modelo de escritura surgió en un contexto histórico estridente, frente a los cambios que se desarrollaban, entre ellos, la profesionalización del periodismo.

Antes del *Nuevo Periodismo* de Capote en Estados Unidos, se concebía al periodismo desde una rigidez marcada por la función social asignada al periodismo (en la práctica aún se cree esto constantemente), por el perfil de los lectores a los que se dirige y por una preocupación ética básica en la profesión periodística, al menos en la tradición occidental (Mancini, 2005), que se asienta sobre unos determinados presupuestos epistemológicos; entre ellos, la separación de hechos y opiniones y la búsqueda de la objetividad, "caracterizada como la suma de varios factores: neutralidad, imparcialidad, equilibrio y equidad, renuncia a tomar partido político, veracidad, factualidad, precisión y exhaustividad" (Chalaby, 1998, p. 130).

1.3 ¿Qué se hace en la contemporaneidad sobre periodismo narrativo?

Sabemos que en América Latina el periodismo narrativo está en una etapa de auge y crecimiento, lo cual es reflejado en antologías que reúnen sus obras, así como en una mayor difusión de revistas que se dedican a este quehacer periodístico. Tomaremos como punto de partida a las antologías de Angulo o Jaramillo para tener referencias sobre los productores de periodismo narrativo contemporáneo en Latinoamérica. Jaramillo hace

un estudio y recopilación sobre la crónica latinoamericana del siglo XXI. Ahí realiza diferenciaciones por época entre la producción narrativa que se ha hecho en Latinoamérica. Empieza por situar a los cronistas de indias como los primeros que hacen narrativa de no ficción. Posteriormente sitúa a las crónicas de los modernistas, y desde su punto de vista, después del auge modernista, la crónica permanece casi a escondidas durante una época en que la noticia escueta y la prisa informativa se convierten en dogma excluyente del periodismo. [...] Hasta decenios después cuando, la crónica [...] renace a través de libros y de la publicación fragmentada en varias entregas en periódicos y revistas (Jaramillo, 2012). Dentro de este 'renacimiento', sitúa a los autores que ahora son clásicos para el periodismo narrativo, tales como García Márquez, Tomas Eloy Martínez, Elena Poniatowska, Carlos Monsiváis, entre otros.

En Latinoamérica en los últimos años se ha creado una ingente producción periodística- literaria (Angulo, 2013). En cuanto a revistas que apuestan por el periodismo narrativo podemos encontrar *Gatopardo* y *Replicante* (México), *Etiqueta Negra* y *Poder* (Perú), *El malpensante* (Colombia), *Clarín* y *RollingStone* (Argentina). Así como libros que hacen recopilaciones sobre la crónica latinoamericana contemporánea como *Antología de crónica latinoamericana actual*, dirigida por Darío Jaramillo; o *Mejor que ficción. Crónicas ejemplares*, coordinada por Jorge Carrión.

En México el mayor exponente de la creación de periodismo narrativo es *Gatopardo*. Aunque es una revista que se fundó en Colombia, en 2006, cambió su domicilio a la Ciudad de México. La idea original de la publicación, fue que *Gatopardo* se consolidara como una revista latinoamericana de crónicas y reportajes bajo la convicción de que hay cronistas en el continente con grandes capacidades y lectores interesados en los temas de toda la región acerca del periodismo narrativo. En esta revista han colaborado con Ernesto Sabato, Tomás Eloy Martínez, Antonio Tabucchi, Juan Villoro, Carlos Fuentes, Martín Caparrós, Alma Guillermoprieto, entre otros muchos cronistas latinoamericanos

Otra revista que también ha apostado por producir periodismo narrativo en México, es *Letras libres*. La revista fue fundada en 1999, como continuación de la revista *Vuelta* de Octavio Paz, de la que asume una importante herencia intelectual y con la que comparte varios colaboradores e intereses. La sección *Letrillas* es la que se dedica a presentar textos de miscelánea; el ensayo breve, la crónica y la reflexión, es decir la parte en donde se exhiben trabajos de periodismo narrativo.

1.3 Encuestas

A partir de dos textos periodísticos realizados en 2009, que hablan sobre el proceso legal que hubo sobre el caso Acteal¹ se realizaron veinte encuestas. El primer texto, está dentro de la edición de la revista *Gatopardo* que, como lo vimos, forma parte de ese sector especializado en hacer periodismo narrativo en México. Este texto fue escrito por Marcela Turati, una periodista que aboga por los derechos humanos y frecuentemente recurre al periodismo narrativo.

Desde el principio del texto el uso de figuras literarias y de un uso de discurso narrativo es visible, pues empieza así:

"El abogado de los asesinos se recargó contra una pared de la cárcel y encendió un cigarro. No quería quebrarse ante sus clientes. De por sí lloraban desde que les anunció que, por fin, después de casi diez años de juicio el juez los condenó a 26 años de prisión".

El segundo texto, por el contrario, hace un recorrido de lo ocurrido durante el caso Acteal a través de fechas y datos oficiales, comienza así:

¹ La Matanza de Acteal fue una incursión paramilitar en la localidad de Acteal, en el municipio de Chenalhó, ubicado en la región de Los Altos de Chiapas al sureste de México, el 22 de diciembre de 1997. Durante dicha incursión, fueron atacados indígenas tzotziles de la organización "Las Abejas", que se encontraban orando en el interior de una pequeña iglesia de la localidad. El resultado fueron 45 muertos, incluidos niños y mujeres embarazadas. Mientras el gobierno mexicano califica la masacre como un conflicto étnico entre comunidades, opositores y grupos defensores de derechos humanos por otra parte la consideran como parte de una estrategia del gobierno para desarticular la base social de la localidad de Acteal.

La Procuraduría General de la República (PGR) defendió ayer la solidez de las pruebas aportadas en la investigación sobre la matanza de 45 indígenas tzotziles en Acteal, Chiapas, pero manifestó su decisión de respetar la decisión que tome la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) en el caso.

A los encuestados, se les dijo las fechas de publicaciones, quiénes lo escribieron y en dónde fueron publicados. No se mencionó nunca que uno formaba parte del denominado periodismo narrativo.

A partir de las encuestas se buscó saber 1) Cuáles son las mayores diferencias que se lograron percibir en los dos textos informativos; 2) Si consideraban que ambos textos lograban contestar a las preguntas básicas del periodismo (qué, cómo, dónde, cuándo y por qué), dicha pregunta en relación a la discusión académica sobre si el periodismo narrativo, al ser subjetivo lograba su cometido periodístico. 3) Si se consideraba si un texto tuviera mayor veracidad sobre otro y por qué; y 4) Qué texto les parecía más significativo y por qué.

1. A la pregunta sobre las diferencias que lograron percibir entre ambos textos, los encuestados vertieron la siguiente información:

- 1.1 Texto 1: "Acteal, la injusticia que no termina"

Opinaron que es un texto sumamente descriptivo, lleno de emotividad y que la opinión del autor tiene mucho peso, aún a veces más que los hechos en sí mismos.

Por otra parte, que presenta los hechos a detalle, con lo que muestra su punto de vista. Que es una crónica detallada y en ciertos momentos puede ser cruda. Dijeron también que se observa como un estudio acerca del caso Acteal, en donde se narran diferentes momentos y denota una gran capacidad de investigación: un estudio de caso del suceso original.

Así mismo que es un texto bastante completo, aunque por eso muy extenso para dar a conocer una noticia, que la información que maneja y la forma como narra los acontecimientos hace que el lector pueda recrear la historia. Que se ve una mayor investigación, pues maneja fuentes de primera mano, lo cual lo hace ver más real, y que al darle mucho peso a la voz del pueblo se logra ver como una realidad bien fundada. Consideraron que hace que el lector tenga otro punto de vista que solamente el informativo.

- 1.2 Texto 2: "La PGR, dispuesta a acatar decisión en caso Acteal"

Por una parte opinaron que es concreto y da ideas claras, que le da menos peso al autor, que no busca incentivar al lector algún tipo de emoción, sino que es solamente informativo.

Por otra, completamente contraria, opinaron que carece de detalle y que presenta conclusiones vagas. Consideraron también que es una versión resumida, que no da toda la información sobre el caso Acteal; que las fuentes del texto son oficiales; que es una nota informativa que surge a partir de un hecho concreto: la sentencia de la corte.

Expresaron asimismo que el relato es una síntesis de información bien acomodada para cubrir ciertos acontecimientos, por lo que la información dada es muy breve y no es tan "real".

Y que las fuentes usadas son "oficiales", y sólo se queda con ellas para fundamentar la nota, por lo que la vuelve mucho más simple y no creíble.

2. A la pregunta sobre si consideraban que ambos textos lograban contestar a las preguntas básicas del periodismo:

- 2.1 Texto 1: "Acteal, la injusticia que no termina": dieciocho contestaron que este texto sí cumple con las nociones básicas del periodismo, y dos personas dijeron que no logra contestar tan claramente las preguntas.

- 2.2 Texto 2: "La PGR, dispuesta a acatar decisión en caso Acteal": Diecisiete personas contestaron que este texto sí cumple con las nociones básicas del periodismo, y tres personas dijo que no lo cumple, porque se queda corto y no le da toda la información.

3. Sobre la pregunta tres, en donde se preguntó si se consideraba si un texto tuviera mayor veracidad sobre otro y por qué respondieron lo siguiente:

- 3.1 Quince personas respondieron que ambos textos tienen veracidad, ya que los dos aportan material suficiente, fuentes, entrevistas, etc.
- 3.2 Dos personas respondieron que el primer texto "Acteal, la injusticia que no termina" tiene más referencias de una investigación bien documentada, y por eso mayor veracidad.
- 3.3 Dos personas contestó que el texto dos "La PGR, dispuesta a acatar decisión en caso Acteal" se acerca mucho más al cumplimiento del objetivo de veracidad.
- 3.4 Uno contestó que depende totalmente del criterio del lector y qué tan identificado se encuentre con el caso de los involucrados en la matanza de Acteal.
4. Sobre la pregunta en donde se preguntó qué texto les parecía más significativo y por qué, opinaron lo siguiente:
- 4.1 Texto 1 "Acteal, la injusticia que no termina": A q de los encuestados, les pareció más significativo el texto de periodismo narrativo porque, mencionan, que a comparación del otro texto, se les dio más información que desconocían: tanto el punto de vista de los abogados, como el de los acusados, así como el seguimiento que le dieron al caso. También por el manejo de fuentes y la importancia que se le da al pueblo. Y porque narra de una manera sustentada el caso de Acteal dado su nivel de detalle y hechos presentados.
- 4.2 Texto 2: "La PGR, dispuesta a acatar decisión en caso Acteal": Para cuatro personas, este texto fue el más significativo, ya que el primer texto tiene tal extensión que el lector se puede distraer fácilmente; además de que por hacer referencia a múltiples aspectos, resulta muy difuso. Dijeron que cumple con los requisitos de un libro, mas no de una nota periodística porque le da menos peso a la voz del autor y se centra en la descripción de los hechos.

Al observar los resultados, obtenidos de las encuestas se encuentra que los textos de periodismo narrativo pueden ser más significativos para los lectores porque se muestran las historias desde una perspectiva subjetiva: se les da voz a los personajes, y a quien lo escribe. Se muestra una parte emotiva y eso hace que haya más empatía hacia el texto. Al contrario, cuando se lee una nota meramente informativa, se puede llegar a ver la información como oficialista. Sin embargo, también se puede encontrar que para algunas personas el periodismo narrativo no logra acercarse de manera sencilla a los lectores, debido a su construcción, en donde se utilizan recursos literarios, por la mirada subjetiva y en primera persona, y por su extensión.

La extensión de las crónicas que se publican en medios como Gatopardo suelen ser extensas y eso para muchos lectores acostumbrados a leer noticias en menos de una cuartilla resulta ser cansado, por lo que definitivamente es otro punto que crea mayor dificultad en cuanto al alcance. Empero, pese a las dificultades que existen en cuanto al periodismo narrativo, en México se está apostando paulatinamente por la creación de medios que lo publiquen.

1.4 Análisis del texto narrativo

El académico y periodista Andrés Puerta, (2011) reflexiona que el periodismo narrativo tiene una mirada, ya que es un periodismo que toma decisiones (como cuál es el tipo de narrador que va a utilizar), que desecha gran cantidad de información, que incorpora anécdotas y detalles que, al periodismo de primera plana, pueden parecer insignificantes; es un periodismo que reconstruye atmósferas, lugares, personajes; un periodismo en el que se notan las particularidades del periodista que lo escribe; que escoge temáticas sin necesidad de que provengan de historias espectaculares, y necesariamente tiene una mirada subjetiva.

¿Por qué el texto "Acteal, la injusticia que no termina" logra recrear atmósferas, lugares y personajes? ¿Cómo es su construcción y qué elementos utiliza para lograr consolidarse dentro del periodismo narrativo? A continuación se analizará brevemente el texto en base a las figuras literarias que utiliza en su construcción para poder explicar cuáles son los elementos que lo hacen ser una fuente informativa pero cargado de elementos literarios que buscan contar una historia verídica y evidenciar los síntomas de la época.

Para Dooley y Levinsohn (2001) el género del texto, en el análisis del discurso, debe ser específico para cada cultura y cada lengua. Sin embargo, para clasificarlos, ellos retoman categorías de género de Longacre, que están divididos en 1) discurso narrativo (en donde importa tanto el agente que lo narra y es narrado en forma de cuento; y 2) el discurso de procedimiento, en donde lo que importa es el evento en sí: cómo se hizo. En el texto de Marcela Turati encontramos estos dos tipos de discurso: el narrativo en cuanto hace la descripción de personajes; y el de procedimiento en cuanto entra a una parte más informativa y contextual.

Siguiendo a Longacre (1996), la parte del discurso narrativo es escrita normalmente en primera o tercera persona, se hace desde un recorrido cronológico y es diferente a cualquier otro por su trama. Es en este tipo de discurso, en donde en el texto "Acteal, la injusticia que no termina" se puede encontrar mayores figuras literarias. Un ejemplo es en donde nos muestra el perfil del abogado:

No soportaba ver llorar a los indígenas que creía inocentes de la matanza ni mirar la reacción cínica de los confesos. Había establecido estrechos vínculos con ambos. Hacia algunos sentía amor-odio.

En este caso también se utiliza el estilo indirecto libre para reproducir las sensaciones del personaje. La experiencia del dicho personaje es actualizada por el narrador, que imita las posibles expresiones del personaje. Dicho estilo es propio de la literatura, sin embargo aquí podemos ver cómo se utiliza para recrear sensaciones.

Turati continúa utilizando el discurso narrativo imbricándolo con figuras literarias. Tal es el caso del siguiente fragmento:

*Los "no" de Maximiliano se sucedían uno tras otro.
... "No" cuando leía que el juez...
.. "No" cuando leía que dos asesinos...
... "No" cuando descubría que...*

En este caso se puede ver cómo se usa la figura literaria de anáfora, para enfatizar las ideas dándoles ritmo y musicalidad.

Otra figura literaria que podemos encontrar en el texto recurrentemente es la metáfora, que se puede usar para matizar la expresividad:

*Recién egresado, en diciembre de 2006, custodió el expediente en su casa de Ciudad de México durante un mes. Lo estudió algunas noches como quien tiene una obra de arte y la observa por horas. El asunto lo atrapó al grado de obsesionarlo.
...el cerebro de los asesinatos a sangre fría.*

Por otra parte, también encontramos dentro del discurso narrativo el uso de la primera persona es el siguiente:

Lo conocí cuatro meses después de la sentencia condenatoria cuando viajé a Chiapas... [] Fuimos al penal El Amate...

Pero este uso de la primera persona es utilizado porque así se puede dar cuenta de algo significativo para la historia, y esto se ve presente en todo el texto. La narración, entonces, tiene un toque personal que le impone el periodista, quien da su apreciación subjetiva pero nunca tergiversa la realidad. Esto, según Puerta (2010), es propio del periodismo narrativo, ya que exige imaginación e interpretación del periodista como ingrediente indispensable para encontrar la estructura más eficaz para la forma de narración.

Turati concluye el texto con un párrafo, en donde sigue mostrando a su personaje como alguien real, que tiene dudas y sentimientos, y así hace que el lector pueda identificarse mejor con él. Nos logra mostrar el punto de vista de este otro:

"¿Crees que todos son culpables?", me pregunta entonces inquieto, como si el tiempo que invirtió en explicarme el proceso no hubiera servido de nada.

Como hemos podido percatarnos hasta aquí, este tipo de texto periodístico si bien tiene todo el rigor de

veracidad, se encuentra permeado por elementos literarios y subjetivos, como podría ser el uso de la primera persona. Sin embargo, el periodismo narrativo —y se logra ver en este texto—, es capaz de hacer algo más que transmitir la voz y el punto de vista del narrador; puede llevarnos a las voces y a las sensibilidades, así como al punto de vista de los otros.

Por otra parte en el texto hay momentos que tienen que ver más con la descripción para contextualizar, mostrar los hechos coyunturales y así darle un mayor rigor periodístico al texto, y es aquí en donde el texto muestra un discurso de procedimiento. Este se ve presente en una gran parte del texto, aquí algunos ejemplos:

...Según esta hipótesis y confiados en lo que declaran los asesinos confesos, un tercer grupo entró a Acteal...

...Aunque hubo notas periodísticas publicadas antes de la matanza que señalaban que él toleraba que sus gobernados compraran armas...

...El expediente omite un dato: ella es la hija del catequista...

Aunque el texto está repleto del discurso narrativo, al encontrar también un discurso de procedimiento, éste da cuenta de que aunque sean muy importantes sus personajes, es igual de trascendente todo lo que ocurre alrededor de ellos, ya que la contextualización ayuda a formar y delimitar por qué los personajes actúan de una u otra manera.

Conclusiones

Las formas de contar la realidad se van permeando cada vez más de elementos literarios. Contar una historia real como si fuera una novela, o un cuento logra crear una mayor empatía con los lectores, y la hace ver no solamente como una noticia de una manera superficial. Al igual que en un documental, al leer periodismo narrativo, el lector se puede involucrar de una manera profunda con los personajes y los puede llegar a conocer. Es por eso que creo que el público es cada vez más accesible a formas nuevas de relatar las historias de manera más creativa para poder entender el mundo. Si bien es cierto que su alcance puede ser más complicado por su extensión y quizá hasta por su distribución, considero, que al encontrar nuevas maneras de narrar la realidad, el lector puede poder entender mejor lo que ocurre con su sociedad.

Bibliografía

- Angulo, M. (2013). *Crónica y mirada*. Madrid: K.O.
- Chiappe, D. (2000). *Tan real como la ficción*. Madrid: Laertes.
- Chillón, A. (1995). *Periodismo y Literatura: una tradición de relaciones promiscuas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Dooley, A & Levinsohn, S. (2001). *Analyzing Discourse: A Manual of Basic Concepts*. Dallas: SIL International Publications.
- Espinosa, G. V. (2013). Más allá del periodismo narrativo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (13901079), (122), 39-45.
- GALINDO J. (coord.) (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y Comunicación*. México: Logman.
- García de León, M. (julio 1998). Literatura periodística o periodismo literario. *Actas del XIII Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*, Vol. 4, 335-343.
- Genette, G. (1991): *Ficción y Dicción*. Barcelona: Lumen.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo*. México: Paidós, 1991.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2008). *Sistemas Mediáticos Comparados: Tres Modelos de Relación entre los Medios de Comunicación y la Política*. Barcelona: Hacer.
- Hartsock, J. (1998). The critical Marginalization of America Literary Journalism en Critical Studies. *Mass Communication*, vol. 15, 61-84.
- Hartsock, J. (1999). 'Literary Journalism' as an Epistemological Moving Object within a Larger 'Quantum Narrative'. *Journal of Communication Inquiry*, vol. 23, nº 4, 432-447.

- Jaramillo, D. (2012). *Collage sobre la crónica latinoamericana del siglo veintiuno*. Madrid: Alfaguara.
- Kramer, M. (1995). *Literary journalism: A New Collection of the Best American Nonfiction*. New York: Ballantine Books, 21-34.
- López, F. (2010). Entre la literatura constitutiva y la condicional. *Ambitos*, num. 19, 97-116.
- Moraes, J. & Guimarães, J. (2006). *Análisis documental de contenido de textos literarios narrativos*. Brasil: Universidade Estadual Paulista de Marília.
- Puerta, A. (2011). El periodismo narrativo o una manera de dejar huella de una sociedad en una época. *Revista Anagramas*, 47-60.
- Ramírez Hernández L.G. (2014), *Periodismo literario o narrativo del siglo XXI (Tesis de Maestría)* Universidad Autónoma de México, México.
- Riva Palacio, R. (1998). *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo*. México: Fundación Manuel Buendía y Universidad Iberoamericana.
- Rotker S. (2005). *La invención de la crónica*. México: FCE.
- Silva Rodríguez, M. (2007). Periodismo y literatura: una cuestión de oficio, pero también de conceptos. *Folios. Periodismo para leer*. Número: 12-13. pp. 3-6.
- Stainer, G. (2000). *Extraterritorial: ensayos sobre literatura y la revolución del lenguaje*. Argentina: Adriana Hidalgo
- Villarnovo A. (1989) Textos periodísticos: aproximación desde la lingüística del texto. *Comunicación y sociedad, volumen II*, España.
- Villarnovo, A y SÁNCHEZ, J. (1992). *Discursos, tipos de textos y comunicación*. Pamplona: Universidad de Navarra.

El ejercicio del periodismo también es político

Galo Vallejos Espinosa

Periodista, escritor, docente e investigador de la Comunicación. Pasó por las salas de redacción de tres periódicos nacionales ecuatorianos, donde fue desde redactor y reportero hasta editor durante casi tres lustros. A partir del 2010 ejerce el periodismo de manera independiente con publicaciones en revistas ecuatorianas, especialmente con trabajos de periodismo narrativo. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador y Magister en Comunicación con mención en Opinión Pública por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Quito, actualmente es docente en la Universidad Nacional de Loja.

Resumen

Más allá de las prácticas periodísticas enmarcadas en un entorno neutro, que en apariencia pudiera permitir la producción de trabajos libres de afectos o de vinculaciones políticas, el trabajo de los comunicadores ha estado enmarcado, por la vinculación con el liberalismo con la historia de la profesión, con matices de ese sistema económico y social. De ahí que el desarrollo del periodismo ha ido de la mano con el liberal, al tiempo que los países con mayor desarrollo capitalista han sido los que han albergado las prácticas profesionales mayormente reconocidas. Ese perfil político del periodismo se ha evidenciado de manera especial en América Latina en los últimos años, con el enfrentamiento discursivo entre los ascendentes gobiernos de corte nacionalista y reformista y los medios de comunicación privados.

Palabras clave: Periodismo, política, liberalismo, medios, América Latina.

Resumo

Além das práticas jornalísticas emolduradas em um ambiente neutro, o que aparentemente permitiria a produção de trabalho livre ou conexões políticas afeta o trabalho dos jornalistas foi enquadrado, ao vincular o liberalismo com a história da profissão com nuances deste sistema econômico e social. Por isso, o desenvolvimento do jornalismo tem andado de mãos dadas com o liberal, enquanto os países com maior desenvolvimento capitalista têm sido aqueles que já sediaram as práticas profissionais em sua maioria reconhecidas. Esse perfil político do jornalismo é evidenciada especialmente na América Latina nos últimos anos, com o confronto discursivo entre o nacionalista crescente e quadra de governos reformistas e meios de comunicação privados.

Palavras-chave: jornalismo, política, liberalismo, meios, América Latina

¿Existe el periodismo neutro, incoloro, sin sabor, capaz de recoger las opiniones, asonantes y disonantes, en pos de una práctica virtuosa, profesional, ética y hasta inmaculada de la profesión? Este ensayo se escribió con la intención de dimensionar al periodismo contemporáneo, de quitarle su ropaje y de caracterizarlo políticamente, más allá del membrete que señala que no debe tomar parte con ningún bando.

Tomando en cuenta que el periodismo nació y se consolidó bajo la gran lupa del capitalismo, su crecimiento se ha dado en la medida que se sistema económico y social ha ido solidificándose, en el marco de una utopía a favor de las libertades. No ha sido coincidencia que los países con mayor desarrollo liberal son los que han albergado a los casos más emblemáticos y exitosos de la profesión: el Reino Unido e Inglaterra registraron los primeros casos de diarios masivos y a disposición del gran público, en la segunda mitad del siglo XIX e inicios del anterior. Precisamente en años en los que ambos países extendieron su economía e intereses y los llevaron fronteras afuera.

Con el paso de los años, las economías más dinámicas y sintonizadas con las prácticas liberales se han unido a los casos de grandes empresas periodísticas, como ha sucedido a partir de la segunda mita del siglo XX con países como Alemania, Francia. Italia y España. En América Latina, distanciada en desarrollo material de Europa y de América del Norte, los países con mayor cantidad de recursos y posibilidades, de mismo modo, han registrado los medios de comunicación con mayor difusión e impacto, léanse los casos brasileño, argentino, mexicano o colombiano.

Un fenómeno suscitado en los últimos años en América Latina ha dado un nuevo matiz a la hora de pensar el trabajo de los medios de comunicación en la región y en el planeta, a partir de la ascensión al poder de regímenes nacionalistas y de carácter reformista. La Venezuela de Chávez y Maduro, el Ecuador de Correa, la Bolivia de Evo o la Argentina de los Kirchner empezaron a cuestionar las actividades mediáticas privadas, sobre todo por la relación que pudieran tener televisión, radio, prensa o sitios de Internet con intereses de propietarios de esos medios. Los casos mencionados han marcado una época de conflictividad discursiva y legal en las prácticas periodísticas de la región.

Este ensayo se divide en dos partes: la utopía liberal del periodismo, tomando en cuenta como la profesión se ha insertado y desarrollado, y, en un intento de aterrizar la situación en la región en general y en el Ecuador en particular, las prácticas de la profesión frente a los regímenes nacionalistas que han surgido en los últimos años en América Latina.

La utopía del periodismo en las sociedades liberales

Los medios de comunicación nacieron, crecieron y se consolidaron en el liberalismo, en mayor o menor medida, de acuerdo a los desarrollos de las distintas sociedades en las cuales aquel modelo político y económico se aplicó. Con esa consideración, su renovación, su reorientación o la posibilidad de un cambio de paradigmas, de manera unilateral, pudiera ser parcial siempre y cuando el sistema bajo el cual se cobije también presente modificaciones.

¿Qué quiere decir eso? El teórico Ancízar Narváez, crítico de la estructura mediática contemporánea dentro del capitalismo, concibe la reformulación como una posibilidad improbable, tomando en cuenta que la esfera pública que han llegado a conformar los medios es más bien excluyente, ya que deja en el limbo a los actores sociales, a las audiencias, a quienes no tienen que ver como la elaboración de diarios, estaciones de radio, canales de televisión, portales en Internet o redes sociales. Todos medios que, por lo menos en su concepción, salieron al mundo bajo la premisa liberal.

“Pedirles (a los medios) que se democratizen es pedir que llegue la democracia a la empresa capitalista, o sea, pedir que el capitalismo se autodestruya. La esfera pública democrática, por tanto está fuera de los medios; o que es lo mismo, ellos participan en la esfera pública política porque ahora son sólo un sujeto junto a otros que pueden llegar a tener poder, pero no son un campo neutral. La democratización de los medios hay que buscarla, por lo tanto, en la democratización de la sociedad y no al contrario; y esto se decide en política, no en los medios”. (Narváez, 2005: pág. 223)

Narváez es un cuestionador de las teorías sobre esfera y opinión pública del alemán Jürgen Habermas, debido a lo limitante que, considera Narváez, es el espacio público concebido por el autor europeo. “No hay una superación de la esfera pública burguesa y un paso a la esfera pública ilustrada y elitista de sujetos con raciocinio a otra plural y culturalmente diversa, sino un cambio en los medios y de las técnicas”. (Ibíd.: 202).

En esas condiciones el periodismo resulta más bien dependiente de los espacios políticos. De círculos de poder que no permiten la irrupción de mediadores distintos a los medios tradicionales, supuestamente imparciales y que avalan la libertad de prensa -¿o de empresa?- o con matices con respecto a los que no coinciden con los postulados liberales. De ahí que la complicidad que llega a hablar Bourdieu de los periodistas con respecto al poder político, viene simplemente por añadidura, de una actitud crítica “infundada” (Bourdieu: 2001:10), al ser los profesionales de la Información parte de los medios, por lo menos de los masivos, los cuales conforman la telaraña de instituciones que soportan los regímenes de orientación liberal, los neo o los clásicos.

Aún en clave de Ancízar, los medios vienen a ser beneficiarios de una suerte de esquema que, a pesar de que en teoría aparentemente se desarrolla en función del interés público y pretende beneficiar a la mayoría de la población, en la práctica se trata de una actividad mercantil, la cual beneficia a los propietarios de los medios. En ese sentido, Esteban Rodríguez señala que el rol del periodista a la hora de entrar a la “cancha” de la infor-

mación, está prácticamente definido a favor de una “hinchada” en particular. Esa parcialidad es, evidentemente, la clase política a la cual se deben los propietarios. “El periodista comprometido habla para una hinchada y que escoge hablar desde esa hinchada. El periodista subjetivo forma parte de esa hinchada que solemos reconocer con el nombre de opinión pública”. (Rodríguez, 2007: pág. 198)

Se trata de una camisa de fuerza del periodismo en los entornos en los cuales se practica y se pregona el liberalismo, que es prácticamente irrompible. Hallin y Mancini, autores de un estudio para caracterizar a la prensa masiva de los países del oeste de Europa y de América del Norte, tuvieron claro esas limitaciones. “La prensa siempre asume la forma y el color de las estructuras sociales y políticas dentro de las cuales opera” (Hallin y Mancini, 2007: pág.6).

Con los antecedentes anteriores, ¿le queda alguna alternativa a los medios para no depender de la política? Aunque el entorno es complicado, y por momentos desfavorable, hay la posibilidad de que el trabajo de la prensa en general, y de los periodistas en particular, pudiera realizarse en mejores condiciones. Hallin y Mancini construyeron teóricamente los tres sistemas que caracterizan a la prensa occidental: liberal al estilo estadounidense, polarizado en la onda mediterránea y democrática corporativo en clave con los países de la parte norte de Europa. Se trata de modelos liberales a ultranza, como el primero, hasta los que permiten la intervención del Estado y cierta autonomía para los medios privados, como el escandinavo. Los autores del informe, antes que inclinarse por uno u otro, dan coordenadas para encontrar factores comunes. Una vez cotejadas las tres tendencias, terminaron más bien pesimistas con respecto a la utopía de una prensa autónoma. “Ningún analista serio defendería al periodismo totalmente neutral. Esta noción se ha desenmascarado, porque cuando los periodistas se comprometen con una ideología de ‘objetividad’, las noticias incorporan valores políticos”. (Ibíd.: p. 35)

La producción simbólica de los medios evidencia ese posicionamiento, muchas veces oculto en sociedades con paradigmas liberales con respecto a que los medios “tienen” que ser imparciales. Rodríguez, apoyándose en el trabajo de Bourdieu, señala que la judicialización y criminalización de la noticia permite a los medios posicionarse y sobre todo “deshistorizar” la información. Se trata de una suerte de consenso, explica, mediante el cual los medios pueden criminalizar en razón de excluir socialmente; los medios llegan a oficializar la exclusión, propia de los sistemas liberales, a través de sus prácticas. “Cuando el periodismo piensa a la sociedad desde el conflicto está procurando inscribirse históricamente en la realidad, y al hacerlo está queriendo participar en la disputa que tiene lugar. En cambio, el periodismo consensual es la prensa que busca desenmascarse de la historia”. (Rodríguez, 2007: p. 193)

La interpretación de Rodríguez se concretó a través de la observación y el análisis a lo que se conoce como periodismo “movilero” en la Argentina de hace una década, inscrito, a los ojos del autor, en una labor consensual que beneficia al sistema imperante. Dentro de ese trabajo, el autor llegó a identificar prácticas periodísticas que más bien desacreditan y aligeran el trabajo de los comunicadores. “El movilero llega y pregunta a tres o cuatro que andan por ahí y con eso ya tiene suficiente data para salir al aire (...). Hay que apurarse: la primicia le imprime un ritmo vertiginoso al periodismo y a la actualidad que se pretende exaltar (...)” (Ibíd.: pág. 206).

La investigación de Rodríguez evidencia un diagnóstico sombrío acerca del trabajo de la prensa, que, a criterio del autor, busca deslegitimar la información si el hecho es contundente e imposible de ser obviado. “Si lo que surge no se puede evitar, por lo menos habrá que descontextualizarlo, despolitizarlo, aportar otro marco que sugiera otra lectura, fijarlo en determinado lugar y evitar que salpique a su alrededor”. (p. 191)

¿Quedan alternativas ante un panorama pesimista? Por lo menos para Hallin y Mancini, quienes ponen énfasis en la profesionalización de los comunicadores como una de las respuestas ante las presiones del campo político, especialmente bajo las características del modelo corporativista de los países escandinavos. Sin embargo, los autores se encargan de limitar su propuesta al tomar en cuenta su construcción teórica acerca de la “diferenciación”, la cual evidencia que el trabajo de los medios de comunicación masivos en clave liberal apenas tiene matices con las que proponen o pregonan los partidos políticos.

¿Y las audiencias que papel tienen en ese juego de intereses con respecto a la política practicada por los partidos y por los medios? Para Bourdieu está en buena medida indefensa, en sociedades que han instrumentado a la política como una actividad para “profesionales”. De ahí que las clases con menor capacidad económica son las más vulnerables, porque “la gente poco instruida tiene una propensión mucho más débil (hacia la política) que la gente instruida, así como los pobres tienen una propensión menor aún”. (Bourdieu, 2001: pág. 12)

Las derechas más radicales, por lo menos en un inicio, sí reconocieron la instrumentalización de la prensa para sus fines políticos. Para consolidar a un posible grupo de votantes y maniatarlos a través, especialmente de los periódicos, los medios de comunicación dominantes en aquellas época. Se trata de los estudiosos de la teoría de las élites, como el alemán Robert Michels. Para el autor de la llamada Ley de Hierro de la oligarquía, “la prensa es un elemento importante para la conquista, preservación y consolidación de parte de las élites. Es el medio más adecuado para difundir su fama y popularizar sus nombres. Ellos apelan a la prensa para ganar o retener la simpatía de las masas y para preservar en sus propias manos la orientación del movimiento. Utilizan a la prensa para atacar directa o indirectamente a sus adversarios, buscando con ello el apoyo de las masas”. (Meza, 1996: 401)

Michels, confeso defensor del liberalismo, se refiere sin más al término “masas”, como lo hacen otros teóricos de las élites como son Vilfredo Pareto y Gaetano Mosca. Los tres presentan ideas contradictorias, evidenciadas en sus textos. Así como Michels se declaraba defensor de las libertades y al mismo tiempo hablaba de cómo utilizar a la prensa, Mosca sostenía su incredulidad acerca de las elecciones bajo el sistema democrático liberal-burgués, debido a que eran manipuladas abiertamente por las propias élites. Estos teóricos desarrollaron sus trabajos académicos hasta la primera mitad del siglo pasado; sin embargo su postura muestra la concepción de sectores vinculados con el liberalismo de la época, sobre todo en Italia, dispuestos a confesar sin rubores sus concepciones acerca de las tareas de la prensa.

Con la teoría de las élites se puede apreciar que el papel de los medios de comunicación, analizado y evidenciado por teóricos contemporáneos como Narváez, Hallin y Mancini o Rodríguez, entre otros, no es casualidad. Esto pese a que en la Modernidad las formas de alguna manera se han llegado a disimular, aunque no se han hecho invisibles. Hallin y Mancini, pese a todos los matices que presentan en su estudio de la prensa occidental en 18 países, llegan a conceptualizar de manera categórica, por ejemplo, el papel de los impresos: “(...) el carácter de un periódico moderno es el de una institución social de orden social seglar, urbano, nacional, democrático y capitalista”. (Hallin y Mancini, 2008: pág. 57)

Con reglas en juego tan claras con respecto a la prioridad que tiene la política sobre la labor de los medios, ¿aún podemos hablar de una prensa capaz de desarrollarse libre y autónomamente? Por lo menos en el capitalismo, en los diversos matices con el que se presenta a lo largo del planeta, resulta una tarea más bien compleja.

La pugna gobierno-medios, a la sombra de la teoría de Exeni

En clave de uno de los estudiosos de las incestuosas relaciones entre la política y los medios de comunicación, José Luis Exeni, existiría en los países de corte nacionalista diseminados en América Latina durante los últimos años, una suerte de “mediófobia”, de parte de los regímenes. Y una actitud “mediófila” a cargo de los medios, a través de sus propietarios, determinados periodistas, y de la oposición a los ejecutivos. ¿Es el fenómeno tan marcado en realidad? La polarización mediófobia-mediófila pudiera esbozar la forma del problema, por lo menos en el caso ecuatoriano. Y, como lo dice Exeni, existen matices a la hora de hablar de extremos.

Si se va hablar de política en los medios, obligatoriamente se tienen que mencionar las posturas y políticas de cada uno, tomando en cuenta los intereses social y económico de sus propietarios, más todavía en el caso de los privados, dadas las condiciones en las cuales trabajan los medios en este país andino. Porque en el Ecuador, a diferencia de lo que sucede en ciertos países de Europa o en Estados Unidos, las salas de redacción

de los periódicos no tienen la "autonomía" que goza, y solo para hablar de casos emblemáticos, el New York Times norteamericano o el Times inglés, donde los propietarios, por lo menos en teoría, tienen que pisotear reglamentos internos para poder intervenir en la elaboración de esos rotativos. Claro que eso no significa que el diario neoyorkino o el londinense carezcan de una posición política; evidentemente la tienen: liberal. En otras palabras, y bajo la lupa y las categorías de Exeni, los medios ecuatorianos son débiles subordinados (a los poderes económico y político).

Pero, ¿qué pasa en el Ecuador? Los medios de comunicación masivos nacionales privados son de orientación liberal o para liberal, aunque con matices conservadoras. Pertenecen a familias de origen burgués-aristocrático. No existe ningún caso en el espectro mediático en el país en el cual los medios privados de alcance nacional sean de propiedad comunitaria. De ahí que la política editorial de esos medios busca coincidir con los intereses de clase social de sus propietarios. Los periodistas que no coincidan con las metas de los dueños no pueden tener futuro en esas empresas. Una pista de aquello la dio Guadalupe Mantilla, ex directora y ex mayor accionista del diario El Comercio, en el 2008, cuando, en un evento social del diario y al frente de más de medio millar de empleados, invitó a dejar su trabajo a quienes coincidían con "correístas" y/o "chavistas". El video se encuentra en la plataforma You Tube.

Sucede algo parecido con los llamados medios públicos, los cuales, pese a que no lo digan, también son de orientación liberal. ¿Por qué? Vivimos en una sociedad regida por principios liberales, a los cuales el Gobierno no se ha opuesto ni se opone, aunque, especialmente en el discurso se levante un muro con respecto la "larga noche neoliberal", de acuerdo a las palabras repetidas por el presidente Correa. El mandatario suele destacar los logros de su gobierno, empezando por la obra pública y ciertas mejoras en Educación y Salud, es decir las principales reformas que ha emprendido, más allá de un modelo político y económico que, en su parte medular, no ha cambiado. De ahí que la política de esos medios públicos, que por su desenvolvimiento son más bien estatales, se orienta a reflejar y destacar la visión gobiernista de los principales hechos que suceden a diario en el Ecuador.

Exeni detalla las formas utilizadas por los medios para involucrarse en la política. En el Ecuador han tomado cuerpo las maneras para tratar el campo político a través de relaciones de imagen y de las relaciones de los medios con ciertas organizaciones, además de destacar la propia presencia de diarios, radio o TV en distintos hechos públicos que suceden en el Ecuador, sobre todo a la hora de hacer evidente una posición con respecto a las acciones del Gobierno. En un hecho que ha visibilizado con más nitidez la condición de actores políticos de los medios, sobre todo tras el colapso del sistema partidista, a finales del siglo XX y el inicio de esta década, y del triunfo de Correa en las elecciones del 2006.

¿Es nueva la presencia de estos medios como actores políticos? Los hechos dicen que no. Porque desde su creación y consolidación, es decir a partir de la segunda mitad del siglo XX, los medios privados han tenido posiciones y agendas marcadas. Sin embargo, y eso sí no existía en el pasado, no había llegado al poder un gobierno nacionalista y reformista, como el actual, que utilizara la confrontación para desacreditar a esos medios, aunque los medios en mención pudieran obtener cierto beneficio económico, debido a la abundante publicidad estatal que aparece a diario en TV, radio o periódicos.

Correa identificó y denunció las motivaciones de lucro de los medios, sus relaciones con empresarios, banqueros, etc. Además, cuestionó sus prácticas. Sin embargo, los medios llamados públicos, más allá de tener una agenda distinta, reiteran en acciones que, antes que abrir el abanico de información, se dirigen a los intereses gubernamentales del momento.

Al son de otras latitudes, y con la TV a la cabeza, los medios ecuatorianos han tratado de construir una para política, más allá de las prácticas de los partidos, de la dirigencia estatal, de los representantes de ambos. Exeni lo reflexiona delimitando la discusión bajo los conceptos de la democracia representativa liberal.

Diversidad de autores coinciden en reconocer el rol político que juegan los medios y especialmente en contextos como de los países latinoamericanos que parecen ser de una recurrente crisis política. La debilidad que tienen los partidos, sindicatos y otras instancias del tejido social abre la puerta para que estos actores entiendan que su posibilidad de intervención en la vida pública está íntimamente atada a su relación con el universo mediático. Ciertos asuntos públicos pueden ser catalizadores para la constitución de alianzas tácticas entre políticos y activistas sociales, por un lado, y medios de comunicación y periodistas por el otro. Esto ocurre cotidianamente en diversos contextos, sin que sea motivo de escándalo, pues justamente en esta dimensión se entiende el rol político de los medios: determinar quién puede hablar sobre cuál terna (Cañizález, 2005, p-2).

En la Venezuela chavista y pos chavista, así como en el Ecuador correísta, los medios han sido protagonistas políticos, al lado de los distintos bandos.

En pocas palabras...

Los paradigmas liberales, que en apariencia promueven la independencia de los medios de comunicación, son los que finalmente los terminan encasillando, dentro de un aparente discurso que promueve la objetividad en el trabajo de los productos que salen de las empresas mediáticas. Optar por la pluralidad de voces, más allá de lo que propone el liberalismo, es más bien una utopía, sobre todo si se pretende inmunizar al periodismo por fuera de los sistemas económico-sociales en los cuales se desarrolla. Hallin y Mancini, en un estudio que realizaron acerca de la prensa europea, cuestionaron seriamente esa posibilidad.

Poner el trabajo periodístico en neutro, aparentemente en una onda apolítica, le quita un contexto histórico, por fuera del conjunto de hechos que cada sociedad va registrando a lo largo de su desarrollo material.

En América Latina, las luchas discursivas, que han terminado en sanciones legales en contra de medios privados, ha evidenciado la politización, en un fenómeno que ha evidenciado el trabajo periodístico sintonizado con la política, muchas veces de manera explícita.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre (2001). "El campo político". Editorial Plural, La Paz.
- Bourdieu, Pierre (2002). "Pensamiento y acción". Libros del Zorzal, Buenos Aires.
- Exeni, José Luis (2010). "Mediocracia de alta intensidad. Medios de comunicación y democracia en contextos de cambio". La Paz: IDEA Internacional
- Hallin, D., Mancini P. (2008). "Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política". Editorial Hacer, Barcelona.
- Mesa, Bolívar (2002). "La teoría de las élites en Pareto, Mosca y Michels", en revista Iztalalapa 52 de enero-junio. México.
- Narváez, Ancízar (2001). "Cultura política y cultura mediática. Esfera pública, intereses y códigos" en Bolaño César, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra (ed.), "Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana". La Crujía ediciones, Buenos Aires.
- Rodríguez, Esteban (2007). "Cubriendo la noticia. El papel de los periodistas movileros en la representación de la protesta social", en Luchessi, Lila y María Graciela Rodríguez (coord.), "Fronteras globales. Cultura política y medios de comunicación". La Crujía ediciones, Buenos Aires.

Postales desde el infierno jarocho: tácticas narrativas gráficas en la obra de Bruno Ferreira

Postais do inferno jarocho: táticas narrativas gráficas em a obra de Bruno Ferreira

Postcards from the jarocho hell: graphic narratives strategies in Bruno Ferreira's work

Dra. Guadalupe H. Mar Vázquez

Dr. Carlos Enrique Villarreal Morales / cvillareal@uv.mx

Mtro. Miguel Ángel Barragán Villarreal

Resumen

Aunque se considera que el periodismo narrativo corresponde a medios donde prevalece la palabra, esta ponencia, que trabaja sobre la caricatura política, pretende inscribirse en el eje temático **1: El periodismo narrativo en América Latina. Subjetividad y conciencia social. Otras maneras de contar la realidad**. La razón se debe a que la imagen icónica también se considera narrativa y, al mismo tiempo, Bruno Ferreira se apoyó en el trabajo periodístico de sus compañeros para documentar el tratamiento satírico de sus imágenes. Existe pues, una relación entre periodismo narrativo y caricatura política.

Entre el 19 de agosto y el 22 de octubre del año 2011, Bruno Ferreira, artista y caricaturista político residente en la ciudad de Veracruz (México), galardonado con el Premio Nacional de Periodismo en el año 2008, produjo una serie de caricaturas titulada "Postales desde el infierno jarocho", que sólo se publicaron a través del blog del caricaturista. Esta serie, compuesta por 48 caricaturas elaboradas con una laptop de 2 GB de ram y Photoshop Cs3 en español, se convirtió en un caso excepcional porque sostuvo una práctica retórica distinta a la retórica oficialista de la mayoría de los medios periodísticos locales al abordar el tema de la violencia generada por la inseguridad.

Las caricaturas políticas de Bruno Ferreira no sólo fueron especiales por enfrentarse a la versión oficialista de la violencia, sino porque establecieron una narrativa sui generis, apoyada en la tensión palabra-imagen que produjo connotaciones políticas. Al respecto, nos será útil el modelo analítico de Greimas.

Palabras clave: Caricatura, violencia, Greimas, tácticas

Resumo

Embora seja considerado que a narrativa jornalística da mídia corresponde ao local onde a palavra prevalece, este papel, trabalhando em caricatura política, tem a intenção de se inscrever no eixo temático 1: A narrativa jornalística na América Latina. Subjetividade e consciência social. Outras maneiras de contar a realidade. A razão é que a imagem icônica também é considerado a narrativa e, ao mesmo tempo, Bruno Ferreira encostou-se ao trabalho jornalístico de seus colegas para documentar o tratamento satírico de suas imagens. Assim, há uma relação entre o jornalismo narrativa e caricaturas políticas.

Entre 19 de agosto e 22 de outubro de 2011, Bruno Ferreira, artista e cartunista político residente na cidade de Veracruz (México), agraciado com o Prêmio Nacional de Jornalismo em 2008, produziu uma série de caricaturas políticas animadas intitulado "postais do inferno jarocho", publicado apenas através do caricaturista blogue. Esta série é composta de 48 caricaturas desenhadas com um laptop 2GB de RAM e Photoshop CS3 em espanhol, ele se tornou um caso excepcional porque ele realizou uma prática retórica diferente da retórica oficial da maioria dos meios de comunicação locais para resolver a questão da violência gerada pela insegurança

As caricaturas políticas do Bruno Ferreira não foram apenas especial para enfrentar o caráter oficial da violência, mas

por causa sui generis criada narrativa, apoiado pela tensão produzida em figura de linguagem conotações políticas. A este respeito, será modelo analítico útil de Greimas.

Palavras chave: violência, caricatura política, Greimas, táticas.

Summary

Even though it has been considered that narrative journalism belongs to various mass media where words prevail, this presentation, which is about political caricature, pretends to be tied in the thematic axis: **1: Narrative journalism in Latin America, subjectivity and social awareness. Other ways to narrate reality.** The reason why is that the iconic picture is also considered as narrative and, at the same time, Bruno Ferreira supported himself in the journalistic work of his colleagues to document the satirical treatment of its images. In this way, there is a relation between narrative journalism and political caricature.

Between August 19th and October 22nd 2011, Bruno Ferreira, artist and political cartoonist who lives in the city of Veracruz (México) and was awarded in 2008 with the National Award of Journalism, produced a series of caricatures titled: "Postcards from jarocho hell", which were only published in the online blog of the cartoonist. The series, composed of 48 caricatures, elaborated in a 2 Gb RAM laptop, and Photoshop Cs3 in Spanish, it became an exceptional case because it held a rhetoric practice different from the government party rhetoric which prevails in the majority of local media journalism when it comes to talking about the subject of violence generated in a climate of insecurity.

The political caricatures of Bruno Ferreira, were not only special for facing the governmental version of violence, but also because they established a sui generis narrative, supported in the tension word- image that produce political connotations. Therefore, the Analytical Model of Greimas will be useful.

Keywords: Caricature, violence, Greimas, tactics

Introducción

Veracruz, junto Chihuahua y Tamaulipas, es la entidad que registra un mayor número de crímenes contra periodistas, de acuerdo con la organización Artículo 19. Hubo alrededor de una decena de periodistas asesinados en Veracruz desde el año 2000 y hasta antes de 2011. A partir de este año, las balaceras en lugares públicos y a plena luz del día comenzaron a hacerse cotidianas. En marzo, apareció sin vida el cuerpo del periodista Noel López Olguín. En junio, Miguel Ángel López Velasco, periodista del diario Notiver fue asesinado junto con su esposa e hijo. Un mes más tarde, apareció descuartizada su compañera de redacción, Yolanda Cruz Ordaz. Dos días después de este último homicidio, cinco reporteros de Notiver renunciaron y abandonaron la ciudad.

Tres meses más tarde, entre el 19 de agosto y el 22 de octubre, Bruno Ferreira, artista y caricaturista político residente en la ciudad de Veracruz, galardonado con el Premio Nacional de Periodismo en el año 2008, produjo una serie de caricaturas titulada "Postales desde el infierno jarocho", que sólo se publicaron a través del blog del caricaturista. Esta serie, compuesta por 48 caricaturas elaboradas con una laptop de 2 GB de ram y Photoshop Cs3 en español, se convirtió en un caso excepcional porque sostuvo una práctica retórica distinta a la retórica oficialista de la mayoría de los medios periodísticos locales al abordar el tema de la violencia generada por la inseguridad.



Postales desde el infierno jarocho

Fuente: <http://www.brunoferias.blogspot.mx/>

Este caso permite pensar la configuración de prácticas culturales y políticas en circunstancias específicas, y va más allá: posibilita el análisis de la violencia como elemento polisémico dentro del juego retórico, donde se articulan prácticas discursivas y no discursivas situadas en circunstancias concretas. En una nuez, se trata de averiguar qué repercusiones tiene la violencia en las prácticas periodísticas, pensadas dentro de la tensión autonomía-control social.

1. Las prácticas

Se habla de prácticas cuando ciertos patrones de actividades tienden a sistematizar la conducta de los sujetos sociales. En estos patrones de acción es posible reconocer dimensiones de saber, poder y ética cuando uno se pregunta qué conocimientos se necesitan para realizar ciertas prácticas, quién decide cuáles son correctas y para qué se ejercen, entre muchos otros planteamientos problemáticos. Dichas acciones recurrentes pueden aparecer como experiencias o pensamientos con incidencia en lo material para producir o transformar algo. Incluso la conciencia, indisoluble de la práctica, se constituye desde el ámbito del lenguaje, es decir, se configura desde prácticas específicas. En el último de los casos, la conciencia liberada de sus objetivaciones discursivas lo ha logrado en tanto mantiene una cierta relación con las prácticas predominantes de su contexto histórico. Otro tanto puede decirse de la ideología y sus discursos fundacionales: no es posible deducir a qué prácticas concretas darán lugar, pero sí pueden analizarse las ideologías como prácticas. Así pues, aunque el individuo no se encuentra limitado por determinaciones sociales, tampoco es el origen definitivo a partir del cual se constituye el conocimiento. Esta investigación coincide con de Certeau en que la cuestión tratada se refiere a las prácticas "y no directamente al sujeto que es su autor o su vehículo" (2000, p. XLI), por lo que no profundiza en los terrenos de la conciencia o la ideología del sujeto practicante.

2. El discurso

Al analizar el discurso, Norman Fairclough identifica tres dimensiones analíticas: el texto, la práctica discursiva y la práctica social (2008). En términos propios, se considera que las prácticas relacionadas con la caricatura política pueden analizarse a partir de tres modalidades:

1. Textual, referida al entramado de codificaciones que materializan el discurso. El producto de la práctica discursiva.

2. Discursiva, considerada como la serie de los procedimientos que se ocupan directamente en la producción de los discursos, es decir, de la enunciación. En el ámbito periodístico, este tipo de prácticas suelen articular hipercodificaciones y desvíos retóricos. El decir.
3. No discursiva, correspondiente a la serie de los procedimientos que no están directamente relacionados con la producción discursiva. Pueden ser operaciones programadas institucionalmente o bien, actualizaciones de las culturas populares y los movimientos sociales. En las prácticas no discursivas se articulan "esquemas de operaciones y de manipulaciones técnicas" (Certeau, 2000, p. 51), que constituyen una tensión permanente entre la sacralización y la profanación sin que intervenga necesariamente una dilucidación verbal. El hacer.

De esta manera, las prácticas discursivas son, de acuerdo con Haidar, prácticas socioculturales que no sólo acompañan a otras prácticas, sino que producen, reproducen y transforman la vida social, incluyendo procesos de resistencia y lucha en materialidades diversas. (1998, p. 134), por lo que se reconoce que la caricatura política no sólo consiste en prácticas discursivas, sino que también involucra a la serie de las prácticas no discursivas. Es decir, a pesar de la heterogeneidad de sus procedimientos, no existe autonomía entre las prácticas discursivas y no discursivas.

A diferencia de lo que llega a decir Foucault (1985, p. 128), en este trabajo la distinción entre prácticas discursivas y no discursivas no corresponde a la distinción entre lo enunciable –considerado como lingüístico- y lo visible – considerado como lo no lingüístico-, dado que la caricatura política transgrede esa línea divisoria por sus raíces que se remontan a:

1. La cultura popular de la risa, particularmente la estética del grotesco, tal como la plantea Bajtín (2003) en la Europa de la Edad Media y el Renacimiento.
2. La estrategia política durante la Reforma protestante en Alemania, que desarrolla la tradición del *cartoon* en panfletos ilustrados y carteles con el fin de movilizar al campesinado analfabeta (Backer, 1996).
3. La reacción contra el academicismo renacentista. En esta subversión se inscribe la obra de los hermanos Carracci, quienes en Bolonia acuñaron el término "caricatura" a fines del siglo XVI para referirse a la técnica de satirización fisonómica (Backer, 1996; Barajas, 1999).
4. La ironía moralizante desarrollada entre los grabadistas de los Países Bajos en los siglos XVI y XVII (Barajas, 1999).
5. El desarrollo del capitalismo, la aparición del Estado-Nación y de la esfera pública burguesa en Inglaterra, Francia y Alemania (Habermas, 1994).
6. El desarrollo de tecnologías de reproducción impresa.
7. El desarrollo del periodismo y la inserción en él de la práctica convencional de la caricatura política, y más tarde del cartón editorial, en Europa durante los siglos XVII, XVIII y XIX.

La caricatura política, nutrida por la cultura popular y las heterodoxias religiosas, políticas y artísticas, fue desarrollando un lenguaje heteróclito que fundió retóricamente lo que en las esferas de la cultura dominante era una separación fundamental: lo visible y lo enunciable.

A Bajtín, por ejemplo, no le preocupaba la histórica oposición entre el lenguaje verbal y el icónico, sino la tensión entre la cultura oficial y la cultura popular. Los usos populares no se caracterizan por una vocación iletrada, sino por la indisciplina que parece regocijarse en la corrupción de puresas y en la producción de híbridos, rasgo que constituye históricamente a la caricatura política.

2.1 *Lo discursivo y lo no discursivo*

El criterio usado en este trabajo para discriminar analíticamente entre prácticas discursivas y no discursivas corresponde a otra distinción que hace Foucault sobre la organización de las prácticas en torno a tres ejes mutuamente implicados: por un lado el saber (lo discursivo) y por otro, los procedimientos del poder y la ética (lo no discursivo).

Así, lo discursivo se identifica con la enunciación y los saberes alrededor de la producción textual que involucra palabras e imágenes icónicas, en tanto lo no discursivo son todos aquellos procedimientos sociales, ya sean autónomos o bajo controles institucionales, que indirectamente permiten la constitución del discurso.

De ahí que la enunciación se convierta en una suerte de clave articuladora entre las modalidades de las prácticas: todo texto es un enunciado y toda práctica social está relacionada indirectamente con algún acto enunciativo.

La enunciación, de acuerdo a Michel de Certeau, tiene cuatro rasgos fundamentales: 1. Opera dentro de un campo sistémico de fuerzas. 2. Consiste en una apropiación o uso. 3. Establece un ahora. 4. Introduce una relación con el otro (2000, pp. 39-40). Pero Certeau pasa transversalmente de la pragmática lingüística a una sociopragmática y en lugar de la búsqueda de estructuras, busca operaciones de carácter histórico (2000, p. 23).

Para analizar cómo la violencia generada por la inseguridad pública se incorpora al contexto de formulación retórica de la caricatura política a partir de la obra de Bruno Ferreira, recorro en primera instancia a la categoría "género discursivo".

2.2 *El género discursivo*

En el ámbito particular de una actividad humana se inscriben una multiplicidad de prácticas que generan -y al mismo tiempo son generadas por- ciertas formas de comunicación o discurso, cuya unidad mínima, de acuerdo a Bajtín, es el enunciado, una práctica discursiva concreta y singular.

Cuando la temática, el estilo o la composición de un enunciado se estabiliza, al volverse típico, forma géneros discursivos (Bajtín, 2009), que se convierten en criterios comunicativo-pragmáticos y se constituyen en "el primer marco de referencia del trabajo del sentido" (Prada Oropeza, 1999, p. 223). Al ser "una especie de vaso comunicante de la expresión verbal y la circunstancia de su realización" (Prada Oropeza, 1999, p. 245), los géneros discursivos pueden ir desde los casos donde se constituyen como una serie de reglas detalladas y estrictas, hasta las modalidades más flexibles, en que tienden a ser un conjunto de herramientas manipuladas por usuarios. Siempre hay cierto grado de obligatoriedad estratégica y, al mismo tiempo, un intersticio que se puede aprovechar tácticamente.

La institucionalización del género lo convierte en un dispositivo de control, al grado de que Paolo Fabbri lo ha considerado como la unidad fundamental de la cultura de masas (1973, p. 18). En el análisis crítico del discurso, los géneros son "los órdenes del discurso" (Fairclough, 2008), subrayando el plural, porque en cada evento discursivo siempre se involucran dos o más géneros. Julia Kristeva, inspirada en la dialogicidad de Bajtín, llamó intertextualidad a la capacidad de los textos de absorber y transformar a otros textos. Gerard Genette (1981) descubrió más aspectos de la textualidad, pero mantuvo al architexto, equivalente al género, como la "claseidad" misma (Genette, 1981, p.18), es decir, como la categoría de la que se derivan todas las demás relaciones entre textos. Por su tono satírico, en la práctica de la caricatura política las relaciones con otros textos son fundamentales, pero no debe cometerse el error de interpretar estos vínculos entre códigos como si fueran formas vacías, sino como producto de prácticas con espesor histórico. El género de la caricatura política no puede tener una relación que asuma la igualdad formal con otros géneros, disciplinas y prácticas institucionales porque sus usos se producen en medio de una arena de lucha caracterizada por la distribución asimétrica de bienes y recursos, la pluralidad de proyectos políticos y el ejercicio desigual del poder.

Es decir, el género debe pensarse a partir de un espacio particular de producción y fruición, funcionando como dispositivo de prácticas discursivas que implican prácticas no discursivas sacralizadas, pero también como la condición de posibilidad de sus desvíos retóricos y profanaciones.

El género discursivo como categoría presenta las siguientes ventajas metodológicas:

1. Sirve como gozne entre lo discursivo y lo no discursivo así como entre lo estratégico y lo táctico.
2. Permite identificar y analizar la dimensión histórica de las prácticas.
3. Permite captar la peculiaridad de la caricatura política.
4. Su carácter pragmático privilegia, a la manera de Wittgenstein, los usos en las prácticas discursivas.

Asumo que la caricatura política es un género discursivo, a diferencia del criterio de Maingueneau (2009), quien afirma que en este caso "el único verdadero género discursivo es el diario" (p. 60) donde se incluyen, entre otros, la editorial, la nota informativa y la caricatura política, porque "no se puede leer una gaceta sin leer el diario del que forma parte" (p. 60).

Sin embargo, todo género discursivo es susceptible de contar con una historia particular. Tal es el caso de la caricatura política.

La caricatura política tiene dos raíces particulares: una, muy antigua en el campo del arte y que se aproxima a su constitución formal contemporánea en los retratos caricaturescos de los hermanos Carracci. Su otra raíz, la gráfica satírica, se nutre en las culturas populares y los movimientos sociales para acercarse a su identidad actual durante las luchas protestantes dirigidas por Lutero. Los hermanos Carracci exhibían sus obras de manera pública para confrontar la ortodoxia artística de la época. Lutero empleaba el grabado para divulgar sátiras de los jerarcas católicos entre las masas campesinas. Pablo de Villavicencio, caricaturista mexicano de la época de la Independencia, publicaba sus caricaturas en mantas para exhibirlas en plazas públicas mientras agitaba a la gente. Bruno Ferreira plasma sus caricaturas políticas en murales que adornan cualquier rincón en las paredes de las calles del puerto de Veracruz, organiza exposiciones en cantinas o, como en el caso que nos ocupa, publica en su blog o en su página de Facebook las caricaturas que el periódico le rechaza. Es evidente que los géneros periodísticos constituyen una retórica moderna (Bajtín, 1982, p. 372) en tanto tienen, necesariamente, un carácter público.

Aunque buena parte de la historia del género discursivo de la caricatura política ocurre en las páginas de los periódicos, un análisis centrado en el periódico no es suficiente para dar cuenta de lo que ocurre en la caricatura política. De hecho, una parte sustancial de su configuración histórica ocurre a partir de la tensión antagónica que algunos caricaturistas, entre ellos los que son referencia obligada en el género, han sostenido con el periódico como institución. Cabe aclarar que los criterios imperantes en el género discursivo no son producto de las prácticas más virtuosas o críticas, sino de la negociación entre lo peor, lo mejor, lo habitual y lo posible en sus prácticas.

2.2.1 Estrategias y tácticas del género discursivo

En manos de una sociopragmática al estilo de Michel de Certeau, el género discursivo posibilita el registro de las prácticas discursivas, ya sea como estrategias o como tácticas. La estrategia es un

Cálculo de relaciones de fuerzas que se vuelve posible a partir del momento en que un sujeto de voluntad y de poder es susceptible de aislarse de un "ambiente". La estrategia postula un lugar susceptible de circunscribirse como un lugar *propio* y luego servir de base a un manejo de sus relaciones con una exterioridad distinta. La racionalidad política, económica o científica se construye de acuerdo con este modelo estratégico (Certeau, 2000, pp. XLIX-L).

La estrategia, tal como la define Certeau es equivalente al dispositivo de Foucault, definido como un conjunto de prácticas discursivas y no discursivas con la función de manipular relaciones de fuerza (1985, pp. 128-129). En un sentido más amplio, Giorgio Agamben define al dispositivo como:

... todo aquello que tiene, de una manera u otra, la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivos. No solamente las prisiones, sino además los asilos, el *panoptikon*, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas y las medidas jurídicas, en las cuales la articulación con el poder tiene un sentido evidente; pero también el bolígrafo, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarro, la navegación, las computadoras, los teléfonos portátiles y, por qué no, el lenguaje mismo, que muy bien pudiera ser el dispositivo más antiguo... (Agamben, 2007, p. 257).

En contraste, la táctica es un

Cálculo que no puede contar con un lugar propio, ni por tanto con una frontera que distinga al otro como una totalidad visible. La táctica no tiene más lugar que el del otro. Se insinúa, fragmentariamente, sin tomarlo en su totalidad, sin poder mantenerlo a distancia. No dispone de una base donde capitalizar sus ventajas, preparar sus expansiones y asegurar una independencia en relación con las circunstancias. Lo "propio" es una victoria del lugar sobre el tiempo. Al contrario, debido a su no lugar, la táctica depende del tiempo, atenta a "coger al vuelo" las posibilidades de provecho. Lo que gana no lo conserva. Necesita constantemente jugar con los acontecimientos para hacer de ellos "ocasiones". Sin cesar, el débil debe sacar provecho de fuerzas que le resultan ajenas. Lo hace en momentos oportunos en que combina elementos heterogéneos (...) pero su síntesis intelectual tiene como forma no un discurso, sino la decisión misma, acto y manera de "aprovechar" la ocasión. (Certeau, 2000, p. L).

Entre la táctica y la retórica existe una homología (Certeau, 2000, pp. 45-48). También es posible equiparar a la táctica con la profanación, descrita por Agamben como un "contradispositivo que restituye al uso común eso que el sacrificio hubo separado y dividido" (2007, pp. 260-261).

La estrategia se apoya en el lugar propio para producir, cuadrricular e imponer con la finalidad de sostener, por medio de cálculos objetivos, su relación con el poder que la sostiene; la táctica se apoya en la inteligencia sobre el tiempo, la astucia sobre las circunstancias, para utilizar, manipular y desviar a fin de dirimir su cálculo entre el combate y los placeres.

Michel de Certeau considera que la posesión de un lugar de poder es la condición previa para desplegar estrategias que elaboran lugares teóricos consistentes en discursos totalizadores que articulan lugares físicos donde se distribuyen fuerzas (2000, pp. 42-45). Así, las instituciones a través de prácticas no discursivas respaldan una o varias disciplinas que emplean prácticas discursivas para organizar lugares específicos: esta rueda de prensa, ese puesto de periódicos y revistas, aquella sala de redacción.

Por otro lado, a través de los otros, los "débiles", se mueve una pluralidad de lógicas que provienen de las artes de hacer en la cultura popular y los movimientos sociales. Pluralidades incoherentes y contradictorias (Certeau, p. XLI, 2000) que aparecen como "rayas, brillos, cascaduras y hallazgos en la cuadrícula de un sistema, las maneras de hacer de los consumidores son los equivalentes prácticos de los chistes" (Certeau, 2000, p. 44).

No se trata de emplear criterios binarios simplificadores, sino de reconocer el antagonismo entre dos extremos de un mismo eje que genera tensión: ahí donde hay poder, existe resistencia. Y entre ellas, un espectro infinito de matices y combinaciones que sólo adquieren sentido dentro de ocasiones concretas.

Figura 2. Mar Negro. Publicado el martes 18 de octubre de 2011.

Postales desde el infierno jarocho

Fuente: <http://www.brunoferias.blogspot.mx/>

Por ejemplo, Bruno Ferreira decidió abordar el fenómeno de la violencia de manera autónoma, pero a partir de la interacción con los compañeros que hacen el periódico, retroalimentándose de la labor de aquellos moneros, reporteros y fotógrafos con quienes comparte su concepción sobre la labor periodística. “Lo semejante busca lo semejante”, sentencia Bruno. A diferencia de Helioflores, Naranjo o los moneros de La Jornada, Bruno Ferreira prefiere el espacio del diario para elaborar sus trabajos gráficos en esta etapa de su vida. Esta práctica discursiva genera tácticas que se consideran parte del *ethos* del caricaturista contemporáneo y puede entrar en conflicto con la estrategia institucional del periódico al controlar la información que publica. En este caso, la mayoría de los periódicos han optado por no publicar toda la información relacionada con la violencia generada por la inseguridad pública. A su vez, la estrategia discursiva del gobierno estatal no sólo ha consistido en establecer la agenda a través de los significados y los sentidos que fija su discurso, sino que ha refuncionalizado la violencia para convertirla en un pretexto para el control de los medios de comunicación y las redes sociales. En septiembre de 2011, ante la incontenible ola de violencia en la entidad, Javier Duarte optó por encarcelar a tuiteros acusándolos de propagar infundios sobre balaceras.

Si Bruno Ferreira elige la temática de sus caricaturas es porque asume que el caricaturista contemporáneo debe ser el autor que concibe y realiza la imagen gráfica que publica. Sin embargo, permanece latente un conflicto con el periódico, que pretende cierto control sobre la información que publica a través de prácticas sociales estratégicas, como concentrar el trabajo de todos los periodistas en un lugar institucional: la redacción del periódico. O bien, crear un puesto para vigilar el contenido de las publicaciones, tal como lo hace el jefe de redacción. Hasta la fecha existen caricaturistas que firman la ejecución de la idea de alguien más, es decir, estos caricaturistas políticos ceden su práctica al dispositivo del periódico, esperando su orden de trabajo dentro de la redacción, mientras que otros, de manera táctica, se rehúsan a trabajar dentro del periódico y optan por dibujar desde su casa. Además de ser un lugar institucional, la redacción se configura como una región donde se produce el encuentro de diferentes programas: a la redacción suelen llegar las llamadas de diferentes actores sociales para informar, seducir o amenazar. A partir de esta coyuntura, era usual que todas las redacciones contaran con vigilancia privada, lo que refuerza la idea de que la violencia es refuncionalizada estratégicamente para convertirla en un mecanismo intimidatorio para el control. El miedo de cada periodista termina por funcionar como su mejor censor. Sin embargo, la solidaridad entre periodistas, el acompañamiento que se brindan, funciona como el mejor ariete contra la censura. Pero frente a las estrategias

del periódico y el Estado, Bruno Ferreira opta por permanecer en la redacción del periódico, porque de esa manera puede confrontar o defender con argumentos sus opiniones cara a cara con el editor, el director o con quien venga al caso. "A la distancia uno puede suponer muchas cosas, ¿por qué no me habrán publicado hoy?", ¿no hubo espacio?, ¿incomodó mi cartón?". Cara a cara uno puede defender su trabajo". Y las confrontaciones, recuerda Bruno, han sido tensas, porque un editor, director o dueño de medios debe tener mucha presión respecto al cuidado editorial a seguir.

Bruno señala una razón más para trabajar en la redacción del periódico: cuando uno es padre y debe asumir la crianza del, o de los hijos, resulta complicado trabajar en casa.

Y a pesar de trabajar desde el espacio institucional, Bruno Ferreira usa tácticas que refrendan su autonomía al ofrecer imágenes que la mirada institucional esquivada.

Figura 3. Pescado a la veracruzana. Publicado el domingo 4 de septiembre de 2011.



Postales desde el infierno jarocho

Fuente: <http://www.brunoferias.blogspot.mx/>

En la figura 3 ("Pescado a la veracruzana") Bruno Ferreira muestra un platillo veracruzano empleando como figura retórica visual una metáfora que une el cuerpo del pescado con uno de los muchos cuerpos encontrados durante la canícula del 2011. A diferencia de todos los medios informativos, Ferreira elige tratar el tema de la violencia sin tapujos. Lo suyo es la crudeza que nos indica que la censura no radica en excluir temáticas, sino en los eufemismos que se emplean para referirse a ellas. Además, el juego de sus postales ofrece un mensaje que el gobierno se esmera por evitar: asimilar la identidad de Veracruz al infierno, el infierno que construyeron sus políticos.

Las prácticas discursivas del caricaturista, el periódico y el Estado implican la serie de las prácticas no discursivas o sociales.

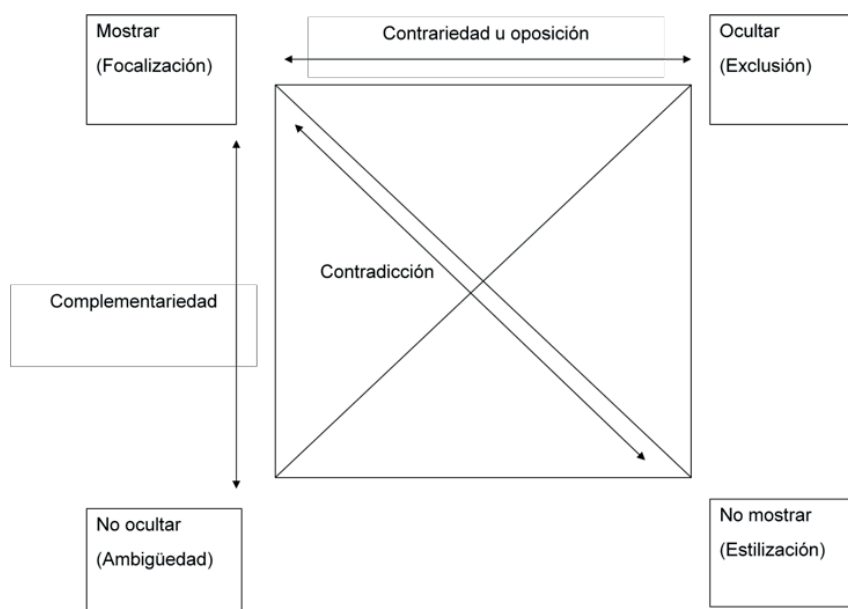
Entre las prácticas discursivas y no discursivas se produce un juego de combinaciones que producen estrategias y tácticas de orden retórico. Por ejemplo, suele suceder que el político niegue en el discurso que estemos ante un Estado fallido. Sin embargo, sus prácticas no discursivas, el aparato de seguridad personal de los funcionarios de alto nivel, por ejemplo, indican otra cosa. Pero esta estrategia retórica se extiende a cualquiera

que ocupe o haga suya una posición institucional. Por otro lado, la retórica está condicionada por la función particular de cada género discursivo. En el caso de la caricatura política se trata de construir regímenes de visibilidad: los modos de hacer visible la violencia. La visibilidad mantiene una posición de valor estratégico y, por esa misma razón, abre posibilidades de acción táctica.

3. El cuadrado semiótico de Greimas

El cuadrado semiótico de Greimas y la adaptación particular que elaboró Gonzalo Abril (2008) permiten identificar los dos conceptos básicos que estructuran el género de la caricatura política: "mostrar" y "ocultar". A partir de sus relaciones lógicas es posible pensar en un juego de construcción entre categorías fundamentales ("mostrar", "no mostrar", "ocultar", "no ocultar") a partir de sus relaciones lógicas (oposición, contradicción y complementariedad).

Figura 4. Modalidades de visibilidad a partir del cuadrado semiótico de Greimas.



Fuente: adaptado de un planteamiento original de Gonzalo Abril (2008).

La figura 4 muestra el cuadrado de Greimas. Siguiendo esta representación esquemática, se afirma una relación de contrarios entre "mostrar" y "ocultar", por lo que se dice que se implican. Cuando se muestra no significa que haya transparencia absoluta, sino que se arroja luz sobre ciertos aspectos contextuales, por lo que otros quedan ocultos. Existe en cambio una relación de contradicción entre "mostrar" y "no mostrar", donde "mostrar" es el acto de hacer visible para garantizar más verosimilitud, mientras que "no mostrar" consiste en la estilización distorsionante de lo que se muestra. Por otro lado, "ocultar" y "no ocultar" sostienen una relación contradictoria, donde "ocultar" consiste en la exclusión del contexto bajo la apariencia de que no existe o no hay nada valioso que mostrar, mientras que "no ocultar" consiste en el acto de mostrar lo ocultado, introduciendo elementos de ambigüedad que evidencian lo excluido.

"No mostrar" y "no ocultar" también suponen una relación complementaria: en ambas se altera la percepción canónica de la realidad, pero el propósito de "no mostrar" es la alteración de aquello sobre lo que se arroja luz. No se trata de ocultar, sino de introducir elementos que falsifiquen lo mostrado. "No ocultar" también supone la alteración de aquello que se muestra, pero de tal manera que se haga visible lo que está oculto.

Leyendo este planteamiento desde la peculiaridad de la caricatura política contemporánea, puede esbozarse una primera aproximación en estos términos:

El periodismo tiene la pretensión general de “mostrar” objetivamente imágenes focalizadas de los hechos. Como se señaló anteriormente, la mirada no puede abarcarlo todo, así que alguna información deberá ser omitida, usualmente aquella que se considera menos noticiosa o carente de valor periodístico. Pero la violencia introduce un nuevo criterio de censura: se hablará con cuidado, empleando eufemismos, de ciertos temas, so pena de que el periodista ponga en riesgo su vida. Por otro lado, las prácticas de censura están focalizadas en la exclusión a través de diversas estrategias. Entre la voluntad de visibilización absoluta y la censura total existe un amplio espectro de matices. Por otro lado, hay prácticas que se excluyen con los criterios periodísticos de visibilización, porque distorsionan retóricamente las imágenes privilegiando la estilización, como ocurre con la información oficialista que se hace pasar como información periodística veraz. En la caricatura también se emplean artificios retóricos. En el caso de la obra de Bruno Ferreira se asume una posición que mantiene una tensión contradictoria con la censura, al evidenciar lo que está ocultado, introduciendo ambigüedades para sortear los mecanismos de control. A diferencia de la objetividad periodística, la caricatura crítica distorsiona para recuperar lo que queda fuera de foco, como hacía la pintura cubista, al romper con el canon de representación realista para mostrar lo que queda oculto a la mirada.

Hay una táctica más en la serie “Postales...”: Bruno se dejaba llevar por la “construcción de la imagen”, es decir, ni bocetaba, ni planeaba el trabajo. El miedo, la zozobra le permitían trabajar de manera más rápida, produciendo muchas caricaturas de la serie en un solo día, aparte del trabajo destinado a su publicación en los medios impresos.

También es posible identificar las modalidades de la función de la gráfica satírica en relación al cuadrado de Greimas: hay caricaturas políticas que pretenden un retrato objetivo de la realidad (“mostrar”) mientras que existen casos donde la caricatura, por alguna forma de censura, omite ciertos temas de actualidad (“ocultar”). Cuando no se opta por la exclusión temática, las estrategias de visibilización pueden recurrir a la frivolidad o la falsificación (“no mostrar”). Finalmente, se emplea la ambigüedad para hacer visible aquello que se oculta (“no ocultar”).

Conclusiones

La serie “Postales desde el infierno jarocho” tiene como referente principal a la violencia, pero partiendo del género discursivo como el primer marco de interpretación y considerando la tensión entre estrategias de control institucional y tácticas de autonomía, uno puede entender que la violencia en la obra de Bruno Ferreira constituye una forma de resistencia.

Referencias bibliográficas

- Abril, G. (2008). *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*. España: Síntesis.
- Agamben, Giorgio. (2005). *Profanaciones*. Argentina: Adriana Hidalgo, editora.
- Agamben, Giorgio. (2007). ¿Qué es un dispositivo?. En *Sociológica*, año 26, número 73, pp. 249-264, mayo-agosto 2011. Recuperado el 01 de septiembre de 2011 de: <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/7310.pdf>
- Backer, Dan. (1996). A Brief History of Cartoon, en *Uniting Mugwumps and the Masses. Puck's Role in Gilded Age Politics*. Estados Unidos de América: University of Virginia. Recuperado el 05 de diciembre de 2009 de: <http://xroads.virginia.edu/~MA96/PUCK/part1.html>
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. México: siglo veintiuno editores.
- Bajtín, Mijail. (2003). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Madrid: Alianza Editorial.
- Barajas, Rafael. (1999). Elogio y vituperio de la caricatura. *La Jornada Semanal*, 1º de agosto de 1999. Recuperado el 06 de diciembre de 2009 de: <http://www.jornada.unam.mx/1999/08/01/sem-rafael.html>

- De Certeau, Michel. (2000). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente A. C. / Universidad Iberoamericana.
- Fabbri, Paolo. (1973). *Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociología*. Versus No. 5 – mayo / agosto 1973. Recuperado en agosto de 2011 en: <http://www.semioticamente.it/versus/files/fabbri-vs5.pdf>
- Fairclough, Norman. (2008). *El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: Las universidades*. En: *Discurso y sociedad*. Vol. 2 (1) 170-185. Recuperado el 01 de septiembre de 2011 de: [http://www.dissoc.org/ediciones/vo2no1/DS2\(1\)Fairclough.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/vo2no1/DS2(1)Fairclough.pdf)
- Foucault, Michel. (1985). *El juego de Michel Foucault*. En *Saber y verdad* (pp. 127-162.) Madrid: Ediciones de la Piqueta.
- Genette, Gérard. (1981). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen. (1994). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. España: Gustavo Gili.
- Haidar, Julieta. (1998). *Análisis del Discurso*. En Galindo Cáceres, Jesús (Coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (Pp. 117-164). México: Ed. Pearson.
- Maingueneau, D. (2009). *Análisis de textos de comunicación*. Buenos Aires: Nueva visión.
- Prada Oropeza, Renato. (1999). *Literatura y realidad*. México: FCE/UV/UAP Sitios de internet http://es.rsf.org/mexico.html?debut_contenu=48

Geografías de la crónica latinoamericana

Marcela Aguilar Guzmán

Universidad Finis Terrae, Chile

La crónica necesita un ingrediente de inmediatez, de urgencia, para aparecer en un periódico o una revista. Pero como es un texto que tiene, como decía Antonio Cándido (1992), una "segunda vida" literaria, debe hablar también de temas perdurables. Ya en 1925 Tomachevski ofrecía una propuesta para lograrlo:

"Cuanto más importante sea el tema y más duradero su interés, tanto más estará asegurada la vigencia de la obra. Haciendo retroceder de este modo los límites de la actualidad, podemos llegar a los intereses universales (los problemas del amor, de la muerte) que en el fondo siguen siendo los mismos a lo largo de la historia humana. Pero estos temas universales deben nutrirse de una materia concreta, y si esta materia no está vinculada con la actualidad, plantearse estos problemas pierde todo interés" (Tomachevski, 1980 [1925], p. 201).

¿Cuáles son los temas de la crónica latinoamericana actual? Una mirada al sitio de internet <https://cronicasperiodicas.wordpress.com>, el mayor repositorio del género, muestra los siguientes descriptores: "animales Argentina Asesinato Bolivia Boxeo Chile Cine Colombia Cárcel delincuencia Deporte Desastres naturales Dictadura Drogas Ecuador El Salvador Enfermedad España Estados Unidos FARC Frontera Fútbol Guatemala Guerra Homosexualidad Honduras Hugo Chávez Indígenas Justicia Literatura Los Zetas Lujo Maras Migrantes Militares Muerte México Música Narcotráfico Nicaragua Niñez Pandillas Perfil Periodismo Perú Pobreza Policía Política Prostitución Religión Revolución Secuestros Sexo Uruguay Venezuela Viajes Violencia".

Estas palabras clave coinciden con la enumeración de Darío Jaramillo en el prólogo de su antología sobre la crónica latinoamericana actual:

Los grandes capítulos de la crónica latinoamericana son la violencia o la extravagancia. Quieres estar por fuera de la moral convencional para poder oír la voz del asesino, de la madama, de la niña utilizada como objeto sexual (...). La crónica es la agente del mito popular, de la nueva estética kitsch, de lo cursi, lo extravagante, lo envidiado. Sus protagonistas pueden ser el ídolo de multitudes, la cantante famosa, el futbolista estrella, el que haga alharaca. La crónica lo acepta como mito y ayuda a la mitificación. Pero también es el altavoz de la víctima. A la crónica le fascina la víctima. Y el espacio prohibido, gueto o secta, cárcel o frontera caliente. El momento del despelote, por terremoto o lluvia, por represión o mera y patética violencia para poder sobrevivir. La crónica suspira y desvive por encontrar las razones del asesino, sea el niño asesino o el presidente asesino, el terrorista asesino o la adolescente pistolera (Jaramillo, 2012, p. 45).

Sin embargo estos listados, aunque parecen exhaustivos, tienen la debilidad de no distinguir entre cronistas, lo que resulta paradójico dado que la misma definición de crónica implica una mirada de autor y, por lo tanto, hace indispensable la singularidad e imposible la total generalización.

Buena parte de la producción de crónica del continente no calza con las enumeraciones precedentes. Por ejemplo, la gran mayoría de los perfiles de *Plano Americano*, antología de la obra de Leila Guerriero (2013), corresponden a personajes vinculados a la literatura, las artes visuales o el cine. Algo similar ocurre con la antología de perfiles *Elogios criminales*, de Julio Villanueva Chang (2008), que incluye un texto sobre el cineasta Werner Herzog y otro sobre el chef Ferrán Adriá. Ambos cronistas publican habitualmente en secciones y suplementos de Cultura de periódicos y revistas, por lo que estos perfiles se enmarcan en las pautas de esa área.

Lo de Guerriero y Villanueva Chang es también demostración de que en la crónica latinoamericana actual conviven diversas generaciones, con énfasis temáticos y estilísticos muy diversos. Guerriero y Villanueva Chang son formadores de cronistas. Sus discípulos se formaron en un mundo en que ya se había validado la crónica

como género periodístico literario, ya existían revistas donde desarrollarlas y se habían publicado suficientes ensayos y prólogos que naturalizaron ciertas circunstancias del género, transformándolas en normas.

Una de ellas es por ejemplo, que la crónica se ocupa de lo raro, lo *freak*. Juan Manuel Robles –formado en la revista *Etiqueta Negra*, bajo la guía de Villanueva Chang– tituló su antología de crónicas precisamente *Lima Freak: vidas insólitas en una ciudad perturbada* (2007). En ella aborda personajes como los que describe Jaramillo, entre ellos, la animadora Laura Bozzo, a quien la justicia peruana detuvo por meses en el estudio de televisión donde grababa su programa, y el cajero Cromwell Gálvez, famoso por haber desfalcado a su propio banco para costear fiestas de lujo. Otros discípulos de Villanueva Chang son Sergio Vilela y Daniel Titingher. Ambos, como Robles, cultivan un estilo de crónica irónica y centrada en personajes estrafalarios, aunque en sus libros trabajan también la identidad patria: Robles en *Zaraí, la hija patria* (2009), Vilela lo hizo en *El cadete Vargas Llosa* (2003) y *El último secreto de Machu Picchu* (2014), y Titingher en sus antologías *Dios es peruano* (2006) y *Cholos frente al mundo* (2012), como también en su perfil sobre Julio Ramón Ribeyro, *Un hombre flaco* (2014). Su elección de temas se relaciona con su formación en *Etiqueta Negra*, revista que tiene predilección por los personajes e historias curiosas y fuera de la norma, que a su vez constituyen la metonimia de un fenómeno social más profundo.

Del mismo modo, las revistas *Gatopardo* y *Soho*, originadas en Colombia, han funcionado como espacios de formación de cronistas. En *Soho* especialmente se privilegian los extremos: por algo la portada de su antología, publicada en 2008, reúne en una fotografía al hombre más alto y al más bajo de Colombia. *Gatopardo*, en cambio, ha desarrollado la vocación de una revista de lujo, lo que se ha acentuado en los últimos años bajo la dirección de Felipe Restrepo (la editora para el cono sur es Leila Guerriero). La antología de perfiles de Restrepo, *16 Retratos Excéntricos* (2014), reúne perfiles de personajes famosos en el cine, la música y la gastronomía.

Un tercer polo de desarrollo de la crónica ha sido la revista digital *Anfibia*, dirigida por el chileno-argentino Cristian Alarcón. *Anfibia* pertenece a la Universidad Nacional de San Martín, creada durante el gobierno de Kirchner. En este espacio se han formado nuevos cronistas como Federico Bianchini y Javier Sinay, ambos premiados por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. De distintas maneras, ellos abordan a personajes en situaciones límite. Bianchini publicó una antología de sus perfiles sobre deportistas que ponen en riesgo sus vidas para lograr sus metas, y la llamó *Historias Extremas* (2014). Javier Sinay –ganador reciente del Premio Gabriel García Márquez de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano– aborda a personajes marginales, del conurbano bonaerense, siguiendo el modelo de Alarcón.

A diferencia de esta nueva generación, formada en el boom de la crónica latinoamericana -a partir de la década de los 90- los cronistas mayores no desarrollaron su estilo en revistas dedicadas a la crónica, sino en periódicos convencionales donde ellos mismos abrieron el camino a este nuevo género. En Argentina, Martín Caparrós se atribuye el resurgimiento de la crónica como relato periodístico literario centrado en la experiencia del narrador:

Inauguraba una sección fija -mi sección- que había que bautizar. En los veintitantos años que pasaron desde entonces, muchas veces me pregunté porque se me ocurrió ponerle *Crónicas de fin de siglo* (...). En esos días, en Argentina, nadie hablaba de "crónica": no era una palabra de nuestro repertorio. O sí, pero decía otras cosas. La palabra "crónica" no tenía ningún prestigio en el mundito periodístico argentino (...). Crónica era un diario desdeñado; el cronista, el escalón más bajo de la escala zoológica; en la Argentina de 1991 decir que uno hacía crónicas era una especie de chiste, una provocación. O si acaso, referirse a una tradición casi perdida. (Caparrós, 2015, pp. 21-22)

La sección de crónica de *Página/30*, la revista mensual de *Página/12*, fue un éxito y otros periódicos la imitaron. Un año más tarde, Tomás Eloy Martínez prologó la antología de crónicas de viaje *Larga distancia*, de Caparrós, con un artículo titulado *Apogeo de un género*, que legitima esta nueva "crónica" como parte de una vieja genealogía: "La crónica es, tal vez, el género central de la literatura argentina. La tradición literaria parte de una crónica magistral, el Facundo. Otros libros capitales (...) son variaciones de un género que, como el país,

es híbrido y fronterizo (Martínez, 1992, p. 3).

Gabriel García Márquez, Tomás Eloy Martínez, Elena Poniatowska y Carlos Monsiváis son considerados los padres de la crónica periodístico-literaria contemporánea, pero son los siguientes cronistas, los de la generación de Martín Caparrós, Julio Villanueva Chang, Leila Guerriero, Alberto Salcedo Ramos, Cristian Alarcón, Juan Villoro y Josefina Licitra, entre otros, quienes han modelado el género desde dentro -haciendo crónica- y también desde sus contornos: analizándola y poniéndola en contexto: "Uno de los elementos que convierte la crónica en algo más que un género, en un territorio, es la conciencia del oficio y de sí mismos que tienen los cronistas" (Jaramillo, 2012, p. 45).

Ellos han actualizado la crónica latinoamericana. Con temas y procedimientos narrativos propios, trazaron el camino que han seguido los nuevos cronistas. Vale la pena, entonces, revisar los temas y motivos de estos autores, y luego intentar un cruce entre estas búsquedas para averiguar qué hay de transversal en ellas, cuáles son los puentes que constituyen las vigas del género.

Caparrós y Meneses: la globalización fallida

La obra del cronista argentino Martín Caparrós demuestra que la crónica no necesariamente es local, ni está centrada en temas o personajes latinoamericanos extravagantes ni pintorescos. Desde sus primeras crónicas, Caparrós ha estado interesado en temas globales. Su primera antología, *Larga Distancia* (1992) reúne crónicas de sus visitas a Beijing, Hong-Kong, Nueva Dehli y otras capitales del mundo, publicadas originalmente en *Página/12*. A través de estos textos, Caparrós aborda tópicos que años más tarde desarrollará en sus monográficos *El interior* (2006), *Una luna* (2009) y *El Hambre* (2014): el fracaso de la modernidad y la fricción entre los conceptos de nación y globalización. La aproximación de Caparrós es etnográfica y por eso sus personajes suelen ser habitantes comunes y corrientes de los lugares que visita, ya sea un pueblo perdido en el norte de Argentina o una madre nigeriana en el consultorio de Médicos sin Fronteras. En las historias de vida de estas personas Caparrós descubre las microtragedias provocadas por las decisiones macroeconómicas y políticas de los gobiernos, de los organismos internacionales como el Banco Mundial o la Organización de las Naciones Unidas, y de las empresas transnacionales. Es, como él mismo proclama, una pauta política, muy crítica de todas estas instituciones. Hay un evidente afán por visibilizar a los afectados por las decisiones de los poderosos y así, de alguna manera, equilibrar su exposición en el mercado mundial de los discursos. Por lo mismo, en sus crónicas Caparrós nunca da espacio a las autoridades: considera que sus discursos ya son suficientemente difundidos por los medios de comunicación.

No se trata, en todo caso, de panfletos. En los textos de Caparrós hay una exploración escritural muy potente, al punto de asemejarse en muchos pasajes a la poesía, como ocurre en estos fragmentos de *El Interior*:

no hay nada que me guste más
pero a veces quisiera vivir sin trabajar
como si fuera un rico o un político o el comisario de mi pueblo.
Galíndez dice que tiene veintiuno y se presenta así:
Galíndez.
Ni Pedro ni Marcelino ni Simón:
Galíndez
es peón de campo: golondrina (Caparrós, 2009, p. 275).

O el lamento argentino, repetido por tantos que ya ni siquiera identifica al hablante:

y mirá que este país tiene todo para ser un gran país pero decí que los políticos son todos corruptos y afanan, nos afanan, acá todos afanan, el que no es político es chorro la cosa es que todos te afanan y la gente es buena, a veces de tan buena más parece boluda pero es buena, el argentino en el fondo es bueno, se hace el vivo, sí, a veces se te agranda pero no lo hace de maldad, el argentino es buena gente, hace lo que puede, el problema es que siempre lo garcan y encima el criollo es medio vago, tendríamos que trabajar para salir adelante pero tampo-

co hay cultura de trabajo (...) acá lo que pasa es que todos roban parece mentira que haya tantos ladrones y eso que los argentinos somos tan buena gente pero siempre nos va mal por culpa de esos hijos de puta, cuándo se van a ir de una buena vez por todas a la mierda y dejarnos el país para nosotros, la gente de bien, los verdaderos argentinos (Caparrós, 2009, pp. 16-17).

Jorge Carrión reafirma el liderazgo de Caparrós en la exploración del género:

El viaje y la poesía coinciden explícitamente en la obra de Caparrós, el más inquieto de los cronistas de este cambio de siglo, en cuyas rítmicas páginas abundan los endecasílabos. Publicadas en 1992, las crónicas de *Larga distancia* inyectaron una ambición global al periodismo narrativo en nuestra lengua. Una ambición que no ha cesado en la obra posterior de Caparrós, constante reformulación del inconcreto género de vuelta al mundo. En *Una luna* los versos, entreverados con la prosa, ("La luna casi llena, cielo otra vez del sur: estoy llegando"), se relacionan con la voluntad de condensar, de alcanzar la esencia de la crónica. En la época de los buscadores de información, el libro de viajes ya no puede ser enciclopédico. Se suceden las elipsis. Los países son minimizados: la entrevista a uno de sus habitantes y el diario fragmentario de las percepciones y reflexiones del viajero condensan un estado y un momento histórico" (Carrión, 2012, p. 37).

El chileno Juan Pablo Meneses ha seguido muy fuertemente esta línea, a través de libros de investigación periodística que abordan, a través de historias particulares, problemas globales como el sistema de reclutamiento para los grandes clubes de fútbol, en *Niños futbolistas* (2013) o las paradojas que genera la globalización en países que aún no alcanzan el desarrollo, en *Una vuelta al tercer mundo* (2015). Meneses comenzó su carrera como cronista de viajes, etapa retratada en su antología *Equipaje de mano* (2003). En esos textos todavía aborda historias chilenas, muy locales, pero rápidamente su trabajo asume la vocación global que hoy lo caracteriza.

Alarcón y Licitra: las fronteras interiores

El chileno-argentino Cristian Alarcón utiliza métodos etnográficos para aproximarse a los mundos que relata: aquellos que se sitúan en los márgenes de la ciudad, márgenes físicos -lo que en Argentina se llama el conurbano- pero sobre todo culturales. Dos años le tomó convertirse en un vecino más de la villa donde habitaba "El Frente" Vital, delincuente convertido en santón de los pandilleros retratados en *Cuando me muera quiero que me toquen cumbia* (2003):

La villa fue al comienzo un territorio mínimo, acotado, unos pocos metros cuadrados por donde me podía mover. El extrañamiento del foráneo al conocer los personajes y el lugar, el lenguaje, los códigos al comienzo incomprensibles, la dureza de los primeros diálogos, fue mutando en cierta cotidianeidad, en la pertenencia que se siente cuando se camina una cuadra y se cruzan saludos con los vecinos, se comenta con alguno el tiempo, se pregunta por dónde andarán los pibes". (Alarcón, 2003, p. 37)

Esa convivencia le permite aproximarse a las historias de los vecinos. Son relatos que conforman un mundo en que no hay más justicia que aquella que cada uno pueda conseguir con sus manos.

El novio de una de las mujeres que cortejaba por esos días, después de un tiroteo menor en el que no alcanzaron a saldar el encono, había pasado en un auto por el frente de la casa disparando una ráfaga de 9 milímetros. Sabina estaba comiendo. La bala le entró en un pulmón. Ella apenas sintió un ardor y vio la sangre desparramarse por su camisa blanca. (Alarcón, 2003, p. 106).

En su libro siguiente, *Si me quieres quereme transa*, Alarcón visibiliza una nueva frontera: la de los géneros. Alcira, la protagonista, lidera una banda de narcotraficantes y es también quien sostiene a la familia. Como mujer ha debido soportar golpes, infidelidades, engaños y abuso sexual. Su moral es la de una sobreviviente.

Lo pensé entre salida y salida. Solamente podía vender en el mismo penal, mi pabellón, y tenía que venderla cara. Así que busqué al único que no me iba a decir que no a una cuenta corriente: mi hermano, el traidor, el que se quedó con lo mío. El otro hombre que me había dejado en la ruina. ¿Eran las reglas? Bueno, volvía a jugar. Le compré merca, la misma mercadería que me había sido robada. Entré empericada al penal. Se envaina la cocaína en nailón o en un preservativo y lo acomodás como un tampón (...) Menos mal que me decidí a vender en la cárcel, porque si no, no sé qué hubiera hecho el día que me dieron mi libertad, cuando mi madre me entregó a los chicos. (Alarcón, 2010, p.192).

Alarcón se sumerge en los mundos de sus personajes con la humildad del inmigrante. La misma actitud domina los textos de la argentina Josefina Licitra. Ella aborda un amplísimo registro en sus crónicas, un rasgo común entre los cronistas que publican con frecuencia en periódicos y revistas de circulación masiva -pasa lo mismo con Salcedo Ramos, por ejemplo-. Sin embargo, en sus libros se despliegan los mundos marginalizados de Buenos Aires. Si en *Los Otros* (2011) y en *El agua mala* (2014) se trata de una marginación geográfica, económica y social, en *Los imprudentes* (2007) es el margen en que habitan los adolescentes gays y lesbianas, no necesariamente pobres, pero sí invisibilizados, negados por sus familias, sus escuelas, sus barrios.

Personajes en tierra de nadie. Historias en que la verdad no es fácil de trazar.

En *Los Otros*, la muerte es omnipresente. Las familias construyen sus casuchas, se pelean y se matan por pedazos de tierra que en realidad son basurales, junto a un río saturado de contaminantes.

Los peces, los sapos, las plantas, los insectos, las aves, el aire, los zapatos, las botellas, las chapas, las bolsas, las latas, los pañales, los tubos de aerosol, los autos desarmados, los cuerpos de animales flotando en el río: todo está muerto. Todo está muerto y todo está a la vista, y sin embargo lo que mata es lo que no se ve; lo que apenas se intuye en el regurgitar del agua: el mayor contaminante del Riachuelo es el cromo trivalente, un metal pesado que, cuando la concentración es alta- forma hermosas burbujas de color azul cielo. (Licitra, 2011, p. 83).

Nuevamente, hay aquí una geografía, una materialidad que determina las acciones de las personas. En *Los Otros* no existen héroes, no puede haberlos: todos están aplastados por la desesperanza.

En *Los Imprudentes*, es la geografía humana lo que envenena:

Dos días más tarde, su madre se acercó a Santos con una mueca vaporosa, un gesto casi virginal.

-Santitos, quería decirte que nosotros te vamos a acompañar -lo acarició con la mirada-. Acá estamos: somos tu familia. Incondicionales. Tenés que relajarte, tenés que dejarte contener, nosotros sólo te pedimos que esto quede en la familia -sonrió-. Sólo te pedimos prudencia. Esto es algo muy personal, muy tuyo. Te ruego que no lo hables con nadie, ni con tus amigos, ni con los primos, ni con los tíos, ni con la gente que te conozca. Es cuestión de tiempo. Vos vas a estar bien, Santitos, esta es una carga que no dura para siempre. Yo conozco un siquiatria. Con mucho esfuerzo vas a poder curarte.

Después, y por segunda vez, Isabel cerró la boca. (Licitra, 2007, p. 27).

Guerriero, Salcedo Ramos y Villanueva Chang: el otro como frontera

La cronista argentina Leila Guerriero alterna entre sus temas las historias de vida de personas relevantes en el campo cultural con otras historias de personas anónimas que han tenido momentos de exposición pública. En todos los casos, Guerriero explora en la tensión entre la historia oficial y la historia íntima. Calvi (2015) afirma que a la cronista le interesa "llevar su escritura más allá de la noción de precisión factual. En sus historias, la duda existe no como algo que debe ser superado, ignorado, evitado o corregido, sino como un elemento esencial de la verdad en sí misma, que debe ser añadido para completar la totalidad de la experiencia" (Calvi, 2015, p. 120).

Para respaldar su hipótesis, Calvi pone como ejemplos pasajes de crónicas de Guerriero en que ella plantea cosas que podrían ser o no ser. Sin embargo, desde otra perspectiva es válido afirmar que se trata de

procedimientos retóricos y no de verdaderas imprecisiones de información, como en este fragmento de su perfil de Nicanor Parra: “Es un hombre, pero podría ser otra cosa: una catástrofe, un rugido, el viento (...) Es un hombre, pero podría ser un dragón, el estertor de un volcán, la rigidez que antecede a un terremoto” (Guerriero, 2013, p. 12).

Lejos de asumir con resignación la duda en sus textos, Guerriero tensiona permanentemente los límites del cronista para conocer al otro.

Están las versiones contrapuestas, imposibles de confirmar porque los verdaderos protagonistas de las historias han desaparecido, como ocurre en el relato sobre Idea Vilariño:

Se dice mucho.

Que idea no pensaba demasiado en sus hermanos. Que Idea se esforzaba por ayudar a sus hermanos. Que Idea se esforzaba por ayudar a sus hermanos. Que Idea sentía veneración por su hermana Poema. Que en los últimos años, cuando vivieron juntas, Idea la trataba mal. Se dice mucho” (Guerriero, 2013, p. 54).

Ocurre también que los propios protagonistas no son confiables en sus testimonios, como Facundo Cabral: “Los problemas de su pierna derecha tienen diversos orígenes: en los años ‘80 se debían a un accidente automovilístico; en los ‘90, a una debilidad congénita. Ahora, a dos balazos, gentileza de un marido despechado en Santo Domingo” (Guerriero, 2013, p. 203).

Y si bien hay historias en que a primera vista parece haber fracasado en la búsqueda -como ocurre en su libro *Suicidas del fin del mundo* (2006) o en la crónica sobre Roberto Arlt (2013), una mirada más atenta demuestra que sólo ha descubierto verdades más complejas de lo que el lector habría esperado al inicio de la historia. En *Suicidas...*, por ejemplo, los muertos no compartían un pacto secreto, pero sí una soledad que les dolía insoportablemente. En la historia de Arlt descubre cómo él mismo ayudó a construir su leyenda de escritor maldito. La duda, en el caso de Guerriero, es un motivo en el sentido literal y literario: la duda de la cronista mueve la historia, le permite avanzar en su investigación hasta llegar a un claro entre los árboles. Es cierto que ese punto no es el final del camino, pero por eso precisamente estos perfiles constituyen crónicas: porque registran historias que en la vida real continúan abiertas, en construcción.

Julio Villanueva Chang también aborda en sus textos los trucos de la memoria, si bien en su caso la búsqueda de la verdad sobre el personaje no alcanza las connotaciones existenciales/istas de los relatos de Leila Guerriero. Tanto él como Alberto Salcedo Ramos se toman las limitaciones de los recuerdos con cierto humor. Así, en su texto “La señora del café y el señor de los enchufes” (2015), Villanueva Chang revela que sus personajes no están seguros de todo lo que cuentan: “No se acordaba del apellido de la Señora que Limpiaba Retretes. En Tres Cruces, la memoria del detalle es neblinosa. Recuerdas episodios estelares, olvidas los nombres completos. Es una memoria emotiva, dramática, anecdótica” (Villanueva, 2015, s/p).

En su perfil sobre Kapuscinski se hacen evidentes las limitaciones de acceso que tiene el entrevistador frente al entrevistado. Ya el foco de la crónica es una concesión a estas dificultades: el cronista se propone saber qué lee Kapuscinski, dado que cualquier indagación mayor sobre su vida o sus pensamientos demandaría horas de conversación que el entrevistado no tiene. Pero incluso así, el personaje se muestra distraído, esquivo:

Para escribir Ébano, Kapuscinski dice haber devorado una biblioteca de doscientos libros sobre asuntos africanos. También recuerda haber leído catorce mil páginas antes de escribir un libro sobre Crimea. Todo lo que me cuenta es excesivo. Kapuscinski vuelve a mirar de reojo su reloj y empieza a responderme con evasivas: no recuerda cuál fue su primer buen libro, se rehúsa a hacer una lista de los que hubiera querido escribir, se olvida de citarme a sus queridos Conrad y Proust. (Villanueva, 2010, p. 64).

No es la única crónica de Villanueva Chang construida a partir de entrevistas fallidas. En sus historias suele haber personajes que no quieren hablar -como Herzog, que responde a tres o cuatro preguntas en un pasillo del diario *El Comercio* de Lima- o que hablan de cosas que no importan. El dentista de García Márquez que

habla en su antología de 2010 es un personaje completamente secundario, anodino, corriente, y el texto es un esfuerzo por reconstruir al genio colombiano a partir de un testigo incapaz de contar una buena anécdota sobre él. Tal vez sea el extremo de la limitación del cronista para acceder a la verdad: el testimonio del que no vio nada.

En otro registro, Salcedo Ramos también indaga en las dificultades que enfrenta quien retrata una vida. Sus personajes son los de la crónica del Caribe: gente del interior, de la selva, vidas determinadas por las fuerzas de la naturaleza pero que a la vez responden con su propia fuerza interior, a veces tan salvaje como las del entorno. Su antología *La eterna parranda* (2012) reúne historias cruzadas por estas luchas. En "El Testamento del viejo Mile", premiado texto contenido en esa recopilación, el protagonista es un cantautor popular que aprendió a hacer rimas y a tocar el acordeón sin saber leer ni escribir, sumar ni restar. En esta historia, como en otras de Salcedo Ramos, el personaje tiene teorías muy peculiares sobre su vida y sus males, cercanas al pensamiento mágico y muy distantes del razonamiento científico. Son teorías que exponen libremente, con la complicidad del narrador:

-Desde hace más de treinta años -dice Zuleta- vengo oyendo que el ron me hace daño, que me va a matar, que como siga así no voy a festejar la próxima Navidad, y vamos a ver que ya estoy llegando a los noventa años. Yo he hecho quedar mal a los médicos. Un hombre que ha sido trabajador como yo no está para que lo manden sino para mandar. A mí e cuerpo siempre me ha pedido que le dé ron, música y mujer. Y a un cuerpo que ha sido tan servicial y voluntarioso yo no puedo negarle lo que me pide" (Salcedo Ramos, 2011 p. 42).

El viejo Mile es un gozador y a la vez un suicida: en él, como en todos los personajes de Salcedo Ramos, se extreman los impulsos primitivos del goce y la muerte. Son historias terribles y al mismo tiempo graciosas: el humor de los personajes se combina con el del narrador para poner en marcha el carnaval bajtiniano. Así aparecen, por ejemplo, el bufón de los velorios, el equipo de fútbol amateur integrado sólo por travestis, el árbitro que se embarca en peleas a golpes en medio de los partidos, la troupe de los enanos toreros, el pueblo que sobrevivió a una masacre amenizada con gaitas. El escenario es la Colombia de los años 90 al 2010: un país dividido y devastado por el narcotráfico y la guerrilla, donde el gobierno central a duras penas controla las ciudades, mientras en la selva manda el más fuerte.

Se trata, nuevamente, de un territorio fronterizo, donde -como ocurre con los mundos de Alarcón y otros cronistas- los seres humanos inventan supersticiones y códigos que les brindan certezas, como ocurre a la madre de William Pérez en "El enfermero de los secuestrados:

Cuando le ardían los ojos se echaba colirio para que a William se le curara la conjuntivitis. Cuando se le reseca la garganta, tomaba agua para que a William se le quitara la sed. En el colmo de su desesperación de madre llegó al extremo más delirante de la superstición: supuso que William estaba fundido a ella y, por tanto, cualquier cosa que a ella le afectara también le afectaría a él. Entonces procuró tranquilizarse para que él se tranquilizara. Sin embargo, hubo muchos momentos en que se derrumbó, sobre todo cuando se cumplieron seis años -¡seis años!- sin saber nada de Tito. Durante ese lapso las Farc no enviaron ni una sola prueba de supervivencia. (Salcedo Ramos, 2011, p. 99).

Los cruces

En su clásico *Diccionario de Motivos Literarios*, Elisabeth Frenzel afirma que "el argumento ofrece una melodía completa, el motivo no hace más que pulsar un acorde" (1976, p. VII). Los cronistas analizados en este artículo comparten ciertos acordes, por más que sus melodías sean personalísimas.

A partir de Tomachevski se habla de motivos asociados (los que se engarzan para constituir la trama) y libres (los que aportan al texto su carácter, su valor estético). Uno de los motivos libres que está muy presente en la crónica de estos autores es el paisaje. Subyace en esos textos la idea de un cierto determinismo geográfico,

como si el silencio, la soledad, las temperaturas extremas, las exigencias que la naturaleza pone a los hombres tuviera algo de culpa en la bestialidad que brota en algunos de ellos.

Y de entre los motivos geográficos, la frontera es más que un indicio barthesiano: constituye lo que Bajtín (1989) llama un cronotopo, una conjunción de espacio y tiempo que sintetiza una proposición central en un texto. Como afirma Mieke Bal (1990), la frontera estructura oposiciones -alto/bajo, rico/pobre, afortunado/desafortunado- heredadas por la literatura occidental "de la concepción bíblica del cielo y el infierno, y de la mitología grecolatina (...)" "La frontera entre dos lugares puede jugar un papel especial (...). Es posible verse atrapado en un lugar así" (Bal, 1990, p. 52).

Un tema central en la crónica es el de la verdad y sus múltiples dimensiones, tal como lo refleja el cuadrado semiótico de Greimas (citado por Bal, 1990): en la crónica se aborda lo real no aparente (el secreto), lo aparente inexistente (la mentira) y todos los caminos posibles entre ambos. En este afán surgen muchos de los motivos de la crónica: la doble vida de alguien aparentemente intachable (o corriente y aburrido), el héroe anónimo, el fracasado que alucina con su época gloriosa, el criminal convencido de que su vida es una película, el mentiroso compulsivo que queda en evidencia a partir de su propio relato, plagado de contradicciones.

Se ha dicho que a la crónica no le interesa el poder ni el éxito, pero en el corpus latinoamericano hay numerosos ejemplos de crónicas que abordan a los poderosos y exitosos. Su aproximación es, por supuesto, crítica: un género obsesionado con la realidad y los espejos no puede menos que registrar la puesta en escena de las conferencias de prensa y las entrevistas pauteadas por oficinas de relaciones públicas, los apretones de manos y los besos a los niños en las salidas a terreno, los recorridos con casco por las faenas mineras y la cordialidad calculada de quienes tienen entrenamientos de vocería en el cuerpo. La observación etnográfica, en estos casos, necesariamente incluye al personaje y su séquito. Es evidente que los personajes comunes y corrientes abundan en la crónica latinoamericana por un asunto práctico: son más accesibles y también más transparentes ante el cronista. Pero abordarlos es también una definición de género. La crónica se plantea abiertamente el objetivo de visibilizar lo que la prensa tradicional no muestra, de dar voz a los silenciados. Quienes son ellos en el mundo actual, en que los medios convencionales han perdido la hegemonía del discurso mientras las redes sociales estallan en voces diversas, es una de las búsquedas pendientes para la crónica latinoamericana.

Bibliografía

Fuentes primarias:

- Alarcón, Cristian (2003). *Cuando me muera quiero que me toquen cumbia*. Buenos Aires: Norma.
- ____ (2010). *Si me querés, quereme transa*. Buenos Aires: Norma.
- Bianchini, Federico (2014). *Historias extremas*. Santiago: Ceibo.
- Caparrós, Martín (1992). *Larga distancia*. Buenos Aires: Seix Barral
- ____ (2009 [2006]). *El interior*. Buenos Aires: Planeta/Seix Barral.
- ____ (2009). *Una luna*. Barcelona: Anagrama.
- ____ (2014). *El hambre*. Buenos Aires: Planeta.
- ____ (2015). *Lacrónica*. Madrid: Círculo de tiza.
- Guerriero, Leila (2006). *Los suicidas del fin del mundo. Crónica de un pueblo patagónico*. Buenos Aires: Tusquets.
- ____ (2009). *Frutos extraños. Crónicas reunidas 2001-2008*. Buenos Aires: Aguilar.
- ____ (2013). *Plano americano*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Licitra, Josefina (2007). *Los imprudentes. Historia de la adolescencia gay-lésbica en la Argentina*. Buenos Aires: Tusquets.
- ____ (2011). *Los otros. Una historia del conurbano bonaerense*. Buenos Aires: Debate.
- ____ (2014). *El agua mala. Crónica de Epecuén y las casas hundidas*. Buenos Aires: Aguilar.
- Meneses, Juan Pablo (2011 [2003]). *Equipaje de mano*. Santiago: Lolita Editores.
- ____ (2013). *Niños futbolistas*. Buenos Aires: Blackiebooks.
- ____ (2015). *Una vuelta al tercer mundo*. Santiago: Debate.

- Restrepo, Felipe (2014). *16 retratos excéntricos*. Ciudad de México: Planeta.
- Robles, Juan Manuel (2007). *Lima Freak. Vidas insólitas en una ciudad perturbada*. Lima: Planeta.
- ____ (2009). *Zarái, la hija patria*. Lima: Sarita Cartonera.
- Salcedo Ramos, Alberto (2011). *La eterna parranda. Crónicas 1997-2011*. Bogotá: Aguilar.
- Titinguer, Daniel (2006). *Dios es peruano. Historias reales para creer*. Lima: Planeta.
- ____ (2012). *Cholos frente al mundo*. Lima: Planeta.
- ____ (2014). *Un hombre flaco*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales
- Vilela, Sergio (2003) *El cadete Vargas Llosa. La historia oculta tras La ciudad y los perros*. Santiago: Planeta
- Vilela, Sergio y De la Puente, José Carlos (2014) *El último secreto de Machu Picchu*. Lima: Debate.
- Villanueva Chang, Julio (2010 [2008]). *Elogios criminales*. Santiago: Random House Mondadori.
- ____ (2015). “La señora del café y el señor de los enchufes”, en *Etiqueta Negra*, No. 123, 23 de febrero de 2015. Recuperado de <http://etiquetanegra.com.pe/articulos/la-senora-del-cafe-y-el-senor-de-los-enchufes> el 4 de abril de 2016.

Antologías de diversos autores:

- Aguilar, Marcela (ed.) (2010). *Domadores de historias. Conversaciones con grandes cronistas de América Latina*. Santiago: Ediciones Universidad Finis Terrae.
- Carrión, Jorge (ed.) (2012). *Mejor que ficción. Crónicas ejemplares*. Madrid: Anagrama.
- Jaramillo Argudelo, Darío (ed.) (2012). *Antología de crónica latinoamericana actual*. Bogotá: Alfaguara.
- Silva, Miguel y Molano, Rafael (eds.) (2006). *Las mejores crónicas de Gatopardo*. Bogotá: Debate.
- VV.AA. (2008). *Crónicas de SoHo*. Bogotá: Aguilar.

Bibliografía crítica:

- Bajtín, Mijail (1989). *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus.
- Bal, Mieke (1990). *Teoría de la narrativa (una introducción a la narratología)*. Madrid: Cátedra.
- Barthes, Roland (1977 [1966]). “Introducción al análisis estructural de los relatos”. En Silvia Niccolini (comp.), *El análisis estructural*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Bernabé, Mónica (2006). “Prólogo”. En Cristoff, María Sonia (comp.), *Idea crónica. Literatura de no ficción iberoamericana*. Buenos Aires: Beatriz Viterbo Editora.
- Calvi, Pablo (2015). “Leila Guerriero and the uncertain narrator”. En *Literary Journalism Studies*, Vol. 7, No. 1, Spring 2015, pp.118-130.
- Cândido, Antonio et al (1992). “A vida ao rés-do-chão”. En *A crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa.
- Frenzel, Elisabeth (1976). *Diccionario de motivos de la literatura universal*. Madrid: Gredos.
- Martínez, Tomás Eloy (1992), “Apogeo de un género” en Caparrós, Martín, *Larga distancia*, Buenos Aires, Seix Barral.
- Tomachevski, Boris (1980 [1925]). “Temática”. En Todorov, Tzvetan (comp.), *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*. Ciudad de México: Siglo XXI Editores.

La creación del personaje protagonista en las crónicas de Alberto Salcedo Ramos

Mtro. Miguel Ángel Hernández Acosta

Resumen

Las crónicas de Alberto Salcedo Ramos (Barranquilla, Colombia, 1963) utilizan herramientas narrativas empleadas en el relato y la novela, sin olvidar la referencialidad con la realidad que las mantienen dentro del discurso periodístico. Este trabajo pretende demostrar cuáles son las técnicas literarias usadas por Salcedo Ramos para la creación del personaje protagonista en la crónica "El testamento del viejo Mile". Así, se analizarán los valores discursivos que otorga Salcedo Ramos a sus protagonistas y cómo estas referencias los convierten en prototipos de héroes. En este sentido, los protagonistas de Salcedo Ramos son héroes que desde el fracaso cuentan la forma cómo enfrentaron los obstáculos del mundo y cómo su realidad es resultado del aprendizaje experimentado en su vida, vista como un viaje iniciático. Así, el lector es capaz de conocer a este héroe no por sus hazañas, sino por cómo afrontó sus derrotas.

Palabras clave: Alberto Salcedo Ramos, crónica, creación de personaje, periodismo narrativo

Las crónicas de Alberto Salcedo Ramos (Barranquilla, Colombia, 1963) pertenecen al llamado por Juan José Hoyos (2009) *periodismo narrativo*, el cual se caracteriza por utilizar formas narrativas basadas en la escenificación, en hacer un planteamiento dramático del relato, en explorar el punto de vista del narrador y en utilizar diferentes voces, así como por recurrir a nuevos desarrollos de la estructura temporal. Es decir, cuentan historias reales con base en formas parecidas a las del cuento o la novela, sin olvidar la referencialidad con la realidad que las mantienen dentro del discurso periodístico. Además, la creación y elección de sus personajes permite que Salcedo Ramos profundice en sus perfiles y con ello consiga una mayor identificación y empatía por parte del lector. Así, este trabajo pretende analizar los valores discursivos que otorga Salcedo Ramos a sus personajes protagonistas y cómo estas referencias los convierten en prototipos de héroes. Para ello, analizaremos la crónica "El testamento del viejo Mile".

Esta crónica fue publicada en 2002 en la revista *Elmalpensante* y fue uno de los cinco trabajos finalistas del premio de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano en el año 2004. En su edición en revista tiene un sumario en donde se da cuenta de quién es Emiliano Zuleta, además de que incluye 21 fotos del cantante. En su versión publicada en el libro *Lo mejor del periodismo de América Latina* (2006) sólo mantenía el sumario, mientras que en las ediciones incluidas en los libros *La eterna parranda. Crónicas 1997-2011* (2013) y *Los Ángeles de Lupe Pintor* (2015) estos paratextos desaparecieron y sólo se consigna que la crónica citada fue finalista del Premio referido, así como su fecha de publicación. Nosotros tomaremos como base la versión que aparece en *Los Ángeles de Lupe Pintor*, editado por Almadía, debido a que nos interesa lo que es enunciado en el texto y no los valores que le agregan los paratextos, en este caso las fotografías tomadas por Julio Gil Zubiría, así como los balazos informativos y el sumario característicos del tipo de medio en el que fue publicada por primera vez.

"El testamento del viejo Mile" narra la historia del músico colombiano Emiliano Zuleta Baquero. Para ello recurre a los recuerdos del "viejo Mile", quien cuenta desde su infancia, cuando era un niño del campo, hasta el momento en que se desarrolla la crónica, a sus 90 años de edad. Destaca que aunque Salcedo Ramos hace una descripción detallada de cómo ha sido la vida de Emiliano Zuleta no es sino hasta la página 16 de la crónica cuando informa que es el compositor de la canción "La gota fría", por lo que es conocido allende las fronteras colombianas. En este sentido, la versión de la crónica a la que nos ceñimos, al carecer del sumario incluido en *Elmalpensante*, desarrolla la vida de un personaje que es interesante más allá de la fama del personaje público.

Como en otras de sus crónicas, Salcedo Ramos hace un trabajo de edición y montaje que rompe con la narración cronológica, en este caso de la vida de Emiliano Zuleta. Asimismo, inicia la crónica presentando al personaje de tal forma que sea interesante para el lector, sin importarle dar a conocer muchos datos:

A los 86 años Emiliano Zuleta Baquero conoció el aburrimiento. Ocurrió en septiembre de 1998, cuando sus problemas cardíacos lo forzaron a marcharse del pueblo de Urumita para la ciudad de Valledupar. La mudanza fue ordenada por sus cardiólogos, con el argumento de que en Valledupar era más fácil controlarle la salud. Antes de venirse para acá, dice Zuleta, había sentido el dolor y la tristeza, jamás el tedio. (2015, p. 40)

Asimismo, hace uso de escenas para ir contando los diversos momentos en la vida de Zuleta y recurre a metáforas, a elipsis, a detener la narración para aumentar el suspenso, a resumir escenas para que la acción avance, así como a juegos verbales que magnifican el sentido de lo que narra. Por ejemplo, hay un momento cuando Zuleta habla de su facilidad para enamorar mujeres y Salcedo Ramos utiliza palabras que tienen que ver con el sentido del gusto para remarcar la idea que está planteando:

El que quiere besar simplemente busca la *boca*, y ahí no hay abecedario que valga. Lo único que vale es tener *dulce* el pellejo para que las mujeres se vayan pegando como enjambres de mariposas. El que no tiene eso está muerto, así sea dueño de todos los códigos y de todas las Biblias. Si naciste *mal despachado de miel*, las mujeres no se *engolosinarán* contigo y deberás conformarte con verlas volar a lo lejos, bonitas y *sabrosas*, pero ajenas.

Llegado a este punto, los ojos de Zuleta tienen el desenfreno del *glotón* que está por fin frente al *banquete* prometido. (2015, p. 51)²

Aunado a lo anterior, huye de los lugares comunes y de la descripción directa. Por ejemplo, en cierto momento narra que Zuleta se acerca de forma insistente a un hombre para decirle que él toca el acordeón, y el hombre, harto de que Emiliano lo interrumpa: "Lo reparó de pies a cabeza con el gesto de quien muerde un limón demasiado ácido" (2015, p. 75).

En este sentido, Salcedo Ramos cumple al pie de la letra con los conceptos que planteó en el Taller de Crónica: Las historias del Bicentenario de Cartagena de Indias, que impartió en esta ciudad como parte de las actividades de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, de la que forma parte. En el material de este taller, que está disponible vía Internet, Salcedo Ramos considera que parte del éxito de los escritores de reportajes, perfiles y crónicas actuales es saber captar la esencia de los sucesos y transmitirlos mediante escenas. A su consideración, éstas son estructuras narrativas que están compuestas por una unidad de tiempo, acción y lugar, además de que permiten hacer visibles a los personajes de las mismas. Sin embargo, aclara que no debe abusarse de este recurso y para ello recomienda crear una estructura que también utilice diálogos, imágenes y buen lenguaje, pues estos elementos generarán emociones e interés de parte del lector. Aunado a lo anterior, apunta que el recurso de las escenas se recomienda cuando se ha sido testigo de las acciones, pues de otra forma es mejor utilizar testimonios de los personajes.

Asimismo, en "La crónica, el rostro humano de la noticia" (s.f.), establece que ésta debe presentar un principio, un desarrollo y un final; y no ser sólo una historia que dé fe de un suceso. Por lo mismo, debe tener un conflicto entre sus personajes, contar con una investigación previa y profunda del tema a tratar, y mostrar que el cronista se ha sumergido en el contexto de sus personajes y que ha sabido observar y escuchar. Además, mediante el punto de vista del autor, debe guiar al lector para que comprenda lo narrado desde el enfoque que el cronista busca. Esto, sin olvidar que la crónica es un género informativo y por lo tanto debe suministrar información, pero sin recurrir al esquema de la "pirámide invertida" que se utiliza en las notas informativas. Es decir, el cronista puede dar a conocer el qué, quién, cuándo, dónde y por qué a lo largo de su texto. Aunado a lo anterior, debe poner especial atención tanto en la redacción de la entrada, la cual debe ser contundente, así como crear un remate definitivo, que deje la sensación de que la conclusión de la historia representa un

² El énfasis es nuestro.

paralelismo con una realidad mayor, con un contexto social. Esto debe hacerse mediante un estilo claro, conciso, preciso y sencillo.

Pero, todas estas recomendaciones, ¿qué intención tienen? Atrapar a un lector que vive dentro de una cultura de la imagen y para quien incluso los productos culturales son únicamente productos de consumo.

Juan José Hoyos (2009) apunta que a principios de la década de los noventa la crónica y el reportaje habían casi desaparecido de los periódicos, si bien tres décadas antes habían tenido un auge de la mano del Nuevo Periodismo norteamericano o con autores como Gabriel García Márquez, en Latinoamérica. A decir de este último, esta desaparición se debió al afán de los periodistas por las primicias, además de la "miopía" de los editores y directivos de la prensa quienes olvidaron que una "buena historia" vende mucho más que la simple noticia del día. En este contexto, los periodistas que intentaban ir más allá de la simple nota informativa, debían enfrentarse al reto de que el lector conocía el suceso en tiempo real a través de los medios de comunicación electrónicos, y no sólo eso, sino que veían o escuchaban los testimonios de los protagonistas de éstos varias veces antes de que el periódico se publicara. Qué hacer para competir con ello. Tomás Eloy Martínez propuso una respuesta: contar "a través de la experiencia de una persona, todo lo que hace falta saber" (2006, p. 235). Para ello, no era suficiente ni el espacio ni la premura que los diarios exigían, por lo que las crónicas debieron buscar medios que no tuvieran problema con la extensión de las mismas ni con el tiempo que se tomaban sus autores en escribirlas. De esta forma, la crónica encontró un nuevo medio de edición en las revistas de interés general como *Soho*, *Esquire*, *Rolling Stone*, *Elmalpensante* y *Etiqueta Negra*, por ejemplo, y en blogs o internet.

Asimismo, debido al nuevo formato y medio de publicación, y a que ya no estaban ancladas con la inmediatez de los diarios, algunas de estas crónicas se publicaron en libros. En el caso de las crónicas de Salcedo Ramos, algunas pasaron de la revista al libro solamente sin el sumario y las fotos que las acompañaban en la publicación periódica, como se mencionó anteriormente, mientras que otras fueron publicadas sólo como libro, tal es el caso de las que aparecen en *De un hombre obligado a levantarse con el pie derecho y otras crónicas*.

Si bien estos recursos técnicos han sido utilizados por otros cronistas, Salcedo Ramos ha integrado una descripción de sus protagonistas que los hacen pasar como héroes. A decir de Hugo Bazán (1998) la creación del héroe no sólo responde a la definición del personaje, sino como sistema de referencia para la comprensión de determinada cultura en un momento preciso. Además, apunta que el héroe desempeña una función social específica, como glorificar a un grupo o individuo o para justificar un determinado estado de cosas. En este sentido, al igual que González Escribano (1981), creemos que el héroe no tiene una relación directa con aspectos éticos, sino con cómo afronta su destino.

Para Bazán, el héroe es un ser transgresor quien desea ir más allá de los límites establecidos por la sociedad, con la ilusión de ordenar un mundo desarmónico en un viaje que ha de ser su odisea. En este sentido, su tarea se convierte en una búsqueda por la inmortalidad que, en ocasiones, sólo alcanza la fama. Además, su esfuerzo por lo general lo lleva a la muerte temprana, lo que le permite convertirse en mito. En la sociedad contemporánea, dice Bazán, estos héroes y sus gestas son impulsados por los medios de comunicación. Sin embargo, aclara que sólo son "una suerte de 'productos' míticos elaborados *a priori* cuya nota distintiva se asienta casi con exclusividad sobre un entusiasmo retórico que se diluye a medida que se va poniendo de manifiesto lo vacío de sus discursos" (1998, p. 161). Así, en la llamada por Guy Debord "sociedad del espectáculo", los medios masivos de comunicación convierten al héroe en un ídolo con proyección internacional, cuyas hazañas y fracasos permiten al espectador proyectar sus aspiraciones y deseos, así como sus derrotas. Si bien Bazán establece que incluso el héroe contemporáneo debe morir joven para hacer perdurar su imagen, en la crónica de Salcedo Ramos esta muerte física no acontece, aunque se presenta una muerte simbólica que convierte a Emiliano Zuleta de héroe en sabio. ¿Cómo lo consigue?

Alberto Salcedo Ramos inicia el perfil de Emiliano Zuleta cuando éste cuenta con 90 años, es famoso, pero ya no puede beber y debe hacer caso a lo que dicen sus hijos y su cardiólogo. A pesar de esta aparente mansedumbre, Zuleta es un hombre orgulloso de sus historias de amores e infidelidades, es decir, tiene una

conducta que no puede ser prototipo de moralidad. Asimismo, es un hombre que dice no verse afectado por el alcohol y reconoce que su pasado estuvo lleno de pobreza, pero en la actualidad se da algunos lujos como sólo tomar whisky, ser mujeriego y mandar y no dejar que lo manden. Es decir, Salcedo Ramos nos presenta un personaje cuyo discurso se contrapone con su forma de vida, lo que permite visualizarlo como un ser humano cualquiera.

Sin embargo, cuando Emiliano Zuleta evoca su pasado, el lector comprende que “el viejo Mile” era un niño de campo, un “muchacho silvestre”, que vivía de forma humilde y quien nunca asistió a la educación formal. Además, vivía en condiciones de hacinamiento y pobreza, por eso: “cuando había que partir algo, los trece inquilinos del rancho usaban por turnos el único cuchillo que tenían. A ese cuchillo, por cierto, no se le gastó la hoja, sino la cache, a fuerza de andar de mano en mano” (2015, p. 44). Además, su ignorancia era tal que a los doce años vio por primera vez su reflejo en un espejo y se espantó.

En este sentido, el personaje que retrata Salcedo Ramos es una persona común, quien a partir de un “don” podrá sobresalir de los demás. Este don que le dará fama consiste en saber tocar el acordeón e improvisar canciones y se le presenta casi de forma divina o mágica, pues en cuanto descubre los acordeones que tiene su tío Francisco Salas, Zuleta siente “una comezón en la sangre” y desatiende las advertencias familiares de no tomar dichos instrumentos, pues era como “si el acordeón le echara brujería”. Además, ese don es aparentemente incomprensible, pues la madre de Zuleta, Sara, señala que su hijo aprendió a cantar antes de hablar, fue capaz de aprenderse y componer largas décimas sin saber leer o escribir, y “se convirtió en un diablo” para desafiar a su tío, pues no había “poder humano ni divino que lo apartara de la música” (2015, p. 53). Es decir, se le concede al don una procedencia más allá de lo racional.

Así, para que Emiliano Zuleta obtenga por completo este don deberá enfrentar un obstáculo y salir airoso. Esta prueba lo llevará a pelear con Francisco Salas, a quien le roba un acordeón y no vuelve con el instrumento sino cuando ha logrado dominarlo y ha decidido pedirle perdón a su pariente por medio de una canción escrita para tal propósito:

Cuando el sobrino terminó la serenata, Francisco Salas le dio un abrazo estremecido, le dijo que podía quedarse con el acordeón y se fue para su cuarto sin añadir ni una sola palabra. Nunca más volvieron a verlo en sus prácticas desatinadas y enjundiosas. Mile se quedó con el acordeón que le obsequiaron. Y los otros acordeones se enmohecieron para siempre en las paredes descascaradas de su dueño. (2015, p. 51)

A partir de este momento, Zuleta, el triunfador, comienza a conquistar muchachas a través de su música y su canto, se convierte en un mito del acordeón en su pueblo y en las regiones vecinas. De esta forma, sus “versos” tienen:

[...] tanta gracia melódica, tanta vitalidad narrativa que, a pesar de que no habían sido grabados aún, se extendieron de boca en boca, de manera espontánea, por toda la Costa Caribe colombiana. En las trochas malsanas de la región se desnucaban las bestias, se extraviaban los caminantes y los versos seguían su marcha a lomo del viento, porque fueron hechos por uno de esos juglares auténticos que no necesitan fijar su voz en papel para protegerla del olvido. (2015, p. 54)

Es decir, en ese momento Emiliano Zuleta se ha convertido en un héroe local y se encamina a convertirse en una figura mítica. Esto le atrae algunos “beneficios”, de acuerdo a una visión machista: poder acostarse con la novia de una boda que ameniza o enredarse sentimentalmente con una ahijada e ir de pueblo en pueblo dejando amores. En este sentido, se presenta una caída moral del héroe, lo que lo hace envanecerse a tal grado que señala que su primera esposa, Carmen, se “acreditó mucho” por ser su cónyuge: “gracias a mí es que la conocen a ella” (2015, p. 65), dice Zuleta.

En este punto, Salcedo Ramos presenta a un héroe con defectos éticos o morales, pero como no son éstos los que le dan su cualidad heroica, Zuleta se puede seguir engrandeciendo en tanto personaje. Así, es un hombre rencoroso, ególatra y capaz de humillar a su hermano. Ahora bien, para continuar con su recorrido de héroe,

ha de enfrentarse con su mayor enemigo, Lorenzo Morales, con quien peleará su batalla decisiva. ¿En qué consiste esta lucha?, en saber quién es el mejor acordeonista de Colombia, el mejor improvisador de coplas.

De principio este enfrentamiento se da sólo por medio de canciones, hasta que una ocasión se encuentran Morales y Zuleta en el pueblo de Urumita y ambos salen mal parados de una lucha por medio del acordeón. Zuleta está muy borracho y no puede competir con Morales. Después Morales está muy cansado y decide descansar antes de continuar la batalla. Al final, Lorenzo Morales huye, a decir de Emiliano Zuleta, y es así como este último se convierte en el vencedor al escribir la canción "La gota fría" que habría de darle inmortalidad:

[...] fue más una guerra de compadres que de enemigos. Parecidos, casi idénticos en el carácter y en el talento, los dos se sentían a gusto en una reyerta que no era más que polvorín para la platea, alharaca para mantener vivo el odio sin necesidad de matarse, mientras se presentaba la ocasión de darse por fin el abrazo que ambos querían sin saberlo. (2015, pp. 78-79)

En este punto es donde Salcedo Ramos da un giro a la figura del héroe, pues si bien Emiliano Zuleta no muere, sí lo hace el perfil del personaje ególatra que nos ha presentado. De ser un héroe se transforma en un sabio quien: "Sabe que el odio paciente y disciplinado de Morales fue la mejor arcilla posible, porque le permitió pegotear sus versos de mil maneras, hasta que le salió una obra maestra. Sabe que los dos están condenados a perpetuarse juntos" (2015, p. 81).

En "El testamento del viejo Mile" Alberto Salcedo Ramos convierte a su protagonista en un prototipo de héroe, pero cuyos defectos y derrotas se convierten en rasgos humanos. Esto permite que el lector tenga una mayor empatía con él, pues se refleja en su figura. No pretendemos establecer que Salcedo Ramos innove a la hora de escribir crónica, sino que el contexto en el que la escribe permite que estas características se amolden a las nuevas narrativas visuales a las que están expuestos los actuales lectores. En una sociedad donde abundan series televisivas, donde las narrativas cinematográficas presentan héroes y antihéroes, Salcedo Ramos ha agregado este elemento a sus crónicas haciéndolas memorables. Este tratamiento al protagonista sólo es posible siguiendo las recomendaciones que ha sintetizado en el taller de crónica referido. Su mérito está en narrar una historia de principio a fin, donde el conflicto del protagonista permite avanzar en la estructura dramática del relato, pero también en crear empatía en el lector a través de permitirle reconocerse en el héroe de la crónica.

Además de lo anterior, Salcedo Ramos consigue que un hecho que no es actual se convierta en periodismo, otorgándole valor por medio del estilo y estructura. Esta forma de narrar de Salcedo Ramos permite comprender que la novedad no es la única razón de ser del periodismo. Como apunta Daniel Ulanovsky: "a los que pasamos por una escuela de periodismo nos enseñaron la famosa frase de que 'cuando un hombre muerde al perro es noticia y cuando un perro muerde al hombre no es noticia'. Esto es absolutamente falso" (1990, p. 37). En este caso, la falta de novedad en la historia narrada en "El testamento del viejo Mile" permite un periodismo interpretativo y crítico que se aleja del simple reporte diario de los llamados hechos noticiosos.

La creación del protagonista como un héroe en la crónica de Salcedo Ramos no es un reflejo de la sociedad, sino que permite comprender los fenómenos que se viven en ella y que posibilitan la fama pública de un ser como Emiliano Zuleta, quien puede ser visto como un héroe a pesar de ser un ególatra que denigra a enemigos y familia, que es un hombre rencoroso y mujeriego.

Aunado a lo anterior, Salcedo Ramos consigue con estos recursos estilísticos y formales anteponerse a la moda del periodismo inmediato y breve, pues en sus crónicas y en ésta en específico, lo que busca es vincular una historia con la sociedad en la que se produce, mostrando con igual fidelidad el mundo que las notas que responden a la producción actual de información. Es decir, crea noticias en lugar de sólo transmitir las, además de que plantea la interrogante sobre si los lectores en realidad sólo buscan estar informados y no seguir descubriendo historias.

Referencias bibliográficas

- Bazán, H. (1998). *El mito del héroe: morfología y semántica de la figura heroica*. México: FCE.
- Debord, G. (2012). *La sociedad del espectáculo*. 4a ed. Buenos Aires: la marca editora.
- González Escribano, J. L. (1981). Sobre los conceptos de héroe y antihéroe en la Teoría de la Literatura. *Archivum: Revista de la Facultad de Filología*, 31-32, 367-408.
- Hoyos, J. J. (comp.) (2009). *La pasión de contar. El periodismo narrativo en Colombia, 1963-2000*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Martínez, T. E. (2006). *La otra realidad. Antología*. México: FCE.
- Salcedo Ramos, A. (s.f.). "Apuntes sobre el manejo de la escena" en *Materiales del Taller de Crónica: Las historias del Bicentenario de Cartagena de Indias*. Cartagena de Indias: FNPI. Recuperado de http://bicentenario.fnpi.org/materiales/apuntes_sobre_el_manejo_de_la_escenas.pdf
- ____ (s.f.). "La crónica: el rostro humano de la noticia" en *Materiales del Taller de Crónica: Las historias del Bicentenario de Cartagena de Indias*. Cartagena de Indias: FNPI. Recuperado de http://bicentenario.fnpi.org/materiales/apuntes_sobre_el_manejo_de_la_escenas.pdf
- ____ (2001-2002). El testamento del viejo Mile. *Elmalpensante*, 35, 26-51.
- ____ (2013). *La eterna parranda. Crónicas 1997-2011*. Bogotá: Punto de lectura.
- ____ (2015). *Los ángeles de Lupe Pintor*. México: Almadía.
- ____ (2016). *De un hombre obligado a levantarse con el pie derecho y otras crónicas*. 1ª reimpr. Bogotá: Aguilar.
- Ulanovsky, D. (1990). Por una cultura del periodismo. En AA. VV. *Periodismo y cultura* (pp. 33-44). Bogotá: Tercer Mundo Editores y Colcultura.

El humor como subversión: la crónica policial de Manuel Vega

Humor como subversão : a crônica policial de Manuel Vega

Humor as subversion: the police chronicle of Manuel Vega

Rodolfo Arenas Romero

rodolfo@vtr.net

Periodista, licenciado en Comunicación Social, magíster en Educación, doctor en Literatura. Como periodista se ha desempeñado en periódicos, radio y revistas, ocupando cargos directivos en dos publicaciones de alcance nacional, los diarios a "La Tercera" y "La Cuarta". Ha dictado clases en siete universidades. Actualmente dirige un programa de titulación especial en periodismo para profesionales en la Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Sus investigaciones anteriores versan acerca de la educación a distancia y la novela digital.

Resumen

Se revisan las publicaciones de Manuel Vega, cronista policial de un diario chileno orientado a los sectores populares, ocupando como herramienta de análisis la lectura pragmática del texto. El estudio se centra en el uso del humor en la crónica policial, recurso que representa el sello característico del quehacer profesional del periodista.

El estudio describe los mecanismos del humor que utiliza (metáfora, comparación, hipérbole, caracterización, ironía, sarcasmo, oxímoron, parodia, adecuación del lenguaje, hallazgo significativo e hipótesis empática) y sus temáticas principales (delincuencia, policía, legalidad, fascismo, sexualidad, economía de mercado, poder, vicios y justicia).

Finalmente, la investigación constata que el humor es usado por el cronista como arma ideológica, construyendo con él un discurso crítico que toma partido contra la discriminación y denuncia el abuso de las instituciones.

Palabras clave: Humor, periodismo policial, discurso crítico, pragmática del texto.

Resumo

O publicações Manuel Vega , repórter policial de um jornal chileno orientada para setores populares , tendo como uma ferramenta de leitura pragmática analítica do texto são revistas. O estudo centra-se no uso do humor no relatório da polícia, um recurso que representa a marca do trabalho profissional do jornalista .

O estudo descreve os mecanismos de humor que usa (metáfora , a comparação , hipérbole, caracterização, ironia, sarcasmo, oxímoro, paródia, adequação da linguagem, descoberta significativa e hipótese empática) e sua temática principal (crime, polícia, lei , o fascismo , a sexualidade , economia de mercado, poder, vício e justiça).

Finalmente, a pesquisa constata que o humor é usado pelo repórter como uma arma ideológica, a construção de um discurso crítico com ele tomar partido contra a discriminação e denuncia o abuso de instituições.

Palavras chave: Humor, jornalismo policial, discurso crítico, texto pragmática.

Summary

Manuel Vega publications, crime reporter of a Chilean newspaper oriented to popular sectors , taking as an analytical tool pragmatic reading of the text are reviewed. The study focuses on the use of humor in the police report, a resource that represents the hallmark of professional work of the journalist.

The study describes the mechanisms of humor that uses (metaphor , comparison, hyperbole , characterization , irony , sarcasm, oxymoron , spoof, appropriateness of language , significant finding and empathic hypothesis) and its thematic main (crime , police, law, fascism, sexuality , market economy , power, vice and justice).

Finally, the research finds that humor is used by the reporter as an ideological weapon , building a critical discourse with him taking sides against discrimination and denounces the abuse of institutions.

Keywords: Humor, police journalism, critical discourse, pragmatic text.

1.- El chiste y los límites

La definición del chiste sigue siendo aún tributaria del pionero trabajo de comienzos del siglo XX (Freud, 2012), en que el psicoanalista vienés describe este acto de humor como una forma otra de expresar un pensamiento, donde apreciamos la creatividad que nos permite aludir a una realidad escapando de lo pedestre. Hasta ahí, la definición perfectamente podría usarse también para la poesía.

Sin embargo, la diferencia aparece cuando alude a la descarga de energía psíquica que se produce con el chiste, traducido en la risa. Un acto de goce, de placer, semejante a veces a una explosión, que tiene su origen en una revancha narcisista del ello (Yiditz, 2016), porque está aludiendo a una realidad vedada, o al menos limitada, demostrando que resulta capaz de superar la prohibición.

Los textos de Manuel Vega (1947-2011) se enmarcan perfectamente en esa enunciación. Sus artículos, inscritos dentro de la crónica roja en un medio popular, echan mano regularmente al humor. Pero no es el chiste por el chiste, gran parte de su comicidad arranca de la alusión, a veces tangencial y en otras no tanto, a temas incluso ajenos a su ámbito directo, y habitualmente con algún grado de limitación, para lograr en el lector la sonrisa. Pero también la complicidad de los sentidos, la convergencia de mundos.

Para revisar esta obra se pasó revista a la época en que el periodista se desempeñó en el diario La Cuarta, medio que permitió su ejercicio disciplinar en mayor libertad. Se trata de casi dos centenares de textos, que recogen desde 2005 a 2010.

2.- La elaboración del humor

Los recursos humorísticos se despliegan sin tacañería. No son chistes en el sentido tradicional del género, sino como recursos retóricos y licencias literarias. No se trata de un recurso repetitivo, sino de creación surgida según las necesidades de cada caso, alusiones y comentarios al margen que nacen según el contexto de la labor. Por ende, no es un repertorio discreto, sino creación pura, donde las características de cada recurso limitan, se superponen y se hibridan.

2.1.- *Metáfora: traslación*

El chiste, en tanto forma particular de metáfora conceptual³, se estructura sobre la base de la traslación entre dos estadios, el dominio fuente, el origen del juego semántico, y el dominio destino, que es donde se establece la nueva significación.

Un ejemplo paradigmático de humor mediante metáfora se da en el artículo referente al pasado nazi de Paul Schäfer⁴, el líder de un enclave germano de ultraderecha en Chile. Al identificar a los gobernantes sudamericanos que habrían dado apoyo a los jefes escapados tras la Segunda Guerra Mundial, indica "protegidos por pajarracos tales como Alfredo Stroessner, Juan Domingo Perón y el multimillonario inversionista chileno Daniel López".

Para alguien no interiorizado en la política chilena esa alusión podría parecer incomprensible. ¿Qué hace ese nombre desconocido en medio de jefes de gobierno? Sin embargo, se trata de una alusión a las acusaciones de malversación contra Augusto Pinochet, quien durante el "Caso Riggs", en alusión al banco estadounidense donde el dictador mantenía cuentas secretas, utilizó nombres falsos, entre ellos "Daniel López", con el que a lo menos giró cerca de dos millones de dólares. De ahí los apelativos de "inversionista" y "multimillonario".

En este sentido la metáfora instala a Pinochet como parte de una red de protección a nazis -puntualmente la llamada "Colonia Dignidad"- y, por otra, lo vincula con el escándalo que terminó con el mito que rescataba la supuesta probidad del régimen militar.

3 "Esquemas abstractos de pensamiento que se manifiestan de muchas formas, entre ellas el lenguaje" (Soriano, 2012).

4 "La conexión nazi en el prontuario de Schäfer", domingo 20 de mayo de 2005, página 5, sección "La ruta del delito".

2.2.- Comparación: contagio

Metáfora mediada por la facilitación verbal, la comparación permite la correlación entre elementos difícilmente vinculables de otra manera, un contagio de sentidos. El cronista la emplea en tres ocasiones con sentido humorístico en el corpus revisado.

Una para hacer una referencia a la cultura pop de los años 70 al momento de la captura de un pistolero en una localidad rural⁵. Apresamiento en que describe que el delincuente cayó “como Laura Ingalls en casita en la pradera”, aludiendo a una serie televisiva.

La segunda mezcla una pretendida fatalidad, el hado siniestro, con alusiones al lenguaje financiero -siempre tópico en los textos del periodista- en el caso de un parricidio⁶. Para señalar un sino nefasto que se cierne sobre los cercanos de la occisa, indica que “la sangrienta vendetta se cierne como un ineludible cheque a fecha sobre la desgraciada familia”,

La restante comparación es mucho más cruenta, al borde del sarcasmo, ya que al describir la situación judicial de un párroco argentino acusado de violaciones a los derechos humanos en su patria, y que había huido a una localidad la costa chilena⁷, caracteriza la contradicción entre su proceder y su condición sacerdotal como “algo así como el capellán de Manuel Contreras”, en alusión al oficial que dirigió la policía política durante la dictadura militar, la ferozmente célebre DINA, y condenado finalmente a 529 años de prisión por sus crímenes.

2.3.- Ironía: contradicciones

Este tropo, eficazmente descrito como una burla desde el significado a la forma (Beristáin, 1995, pág. 271), funciona a través de la oposición entre una realidad posible, radicada en la formalidad de la frase, que resulta inverosímil para la realidad que conocemos y que conforma nuestras ideologías, en una contradicción que traslapa desde el nivel superficial al profundo.

Vega echa mano a esta traslación de significados (Marchese y Forradelas, 1989, pág. 221), desde lo posible a lo inaceptable, recurrentemente. Por ejemplo cuando se denomina “papito” a un padre acusado de golpear a sus hijos⁸ o cuando declara que se conoció “cómo se comporta la piel bajo una lluvia de balas” en el relato de un asalto realizado por un solitario delincuente⁹ aquejado de una enfermedad mortal.

También cuando declara que un grupo de narcotraficantes postularon a los fondos concursables de Chiledeportes (institución estatal que financia actividades deportivas) para financiar un polígono de tiro donde practicar el uso de armas de fuego¹⁰. Con el agravante que este suceso podría no haber salido de la imaginación del cronista, sino ser un hecho real (lo que de pasada invalidaría su situación irónica y se convertiría en un detalle significativo, como veremos más adelante).

En un artículo acerca de unos asaltantes¹¹, se hace alusión a otro problema recurrente en la sociedad chilena, la salud pública y los crónicos problemas de atención. “A la cajera le pareció extraño el monto -relata Vega con los pormenores del asalto- y luego de tramitarlos un buen rato, al estilo de posta de primeros auxilios, consiguió que el junior anotara la patente del auto...”.

Las referencias al lenguaje de la economía exportadora, orientación surgida de los años de la dictadura, aparecen en varias ocasiones. Primero cuando declara al “exigente mercado europeo” como el marco geográfico

5 “Pitbull’ cayó como Laura Ingalls en casita de la pradera de Huelquén”, domingo 10 de septiembre de 2008, página 5, sección Ruta del delito.

6 “Mandó a decir que nos mataría a todos”, domingo 21 de febrero de 2010, página 5.

7 “Ex párroco de El Quisco tenía oscuros pecados: Tortura y asesinato”, domingo 18 de noviembre de 2007, página 5, sección La ruta del delito.

8 “Evas hicieron callejón oscuro a ‘papito’ acusado de torturar a sus peques”, domingo 8 de marzo de 2008, página 2.

9 “La historia del pistolero con sida”, domingo 9 de noviembre de 2008, página 7, sección La ruta del delito.

10 “Creó polígonos para que narcos afinaran la chuntería”, domingo 16 de noviembre de 2008.

11 “Los fantasmas’ parecían de otra dimensión, pero mostraron la ojota”, domingo 15 de marzo de 2008, página 2, sección La ruta el delito.

de la carrera¹² de un ladrón nacional. En este mismo sentido, declara que un hampón se “ha lucido en los más atractivos escenarios”¹³ para delinquir en el Viejo Mundo. Algo similar ocurre cuando califica como “aspiracionales empresarios” a una familia de delincuentes que habían organizado instituciones aparentemente normales en el sector pudiente de la capital chilena para encubrir operaciones ilegales¹⁴.

En una situación frente a la realidad carcelaria, describe el desayuno “Continental”, que habría servido la policía carcelaria chilena a una exprostituta devenida en ícono popular y encarcelada por promover el comercio sexual¹⁵: “Huevos revueltos con tocino, té o café con leche, jugo de naranja o piña y frutas de la estación”.

Hilarante resulta cuando declara, en el contexto de un asalto a escasos metros de la casa de la entonces presidenta de la República Michelle Bachelet¹⁶, sector más que pudiente, que decide no registrar otros robos denunciados por vecinos, para “no estigmatizar el barrio e impedir, por ahora, la intervención social”, en clara alusión a la discriminación que soportan otros sectores habitacionales, de menor poder social y económico, en situaciones equivalentes.

2.4.- *Sátira: risa amarga*

Existe coincidencia en que este término alude a una variedad extrema de la ironía. Parte del ya descrito ámbito de la anticatástasis -mucho más recurrida-, se caracterizaría por su abuso y, especialmente, extrema crueldad verbal (Beristáin, 1995, pág. 275). Otro texto filológico hace énfasis en su “carácter amargo, mordaz” (Martínez, 2003, pág. 477), en el sentido que representa una variante irónica en que la acidez está imbricada con el dolor que provoca la alusión; incluso más de alguna vez, nos atrevemos a suponer, en quien la emite.

En esa perspectiva interpretativa entendemos el uso que Vega da a este recurso. El sarcasmo aparece en situaciones extremas, vinculadas a alusiones que implican la muerte o vejaciones de alto impacto. La sonrisa que provoca la alusión tiene un dejo de amargura, de perplejidad, de insumisión.

Por ejemplo, recurre a esta figura cuando describe la lucha de un ciudadano por descubrir la verdad en el asesinato de su hermano¹⁷. Para desmentir la explicación inicial de la policía de una muerte accidental, Vega transcribe la inverosímil explicación oficial de que el joven “falleció ahogado en un arroyo de 10 centímetros de profundidad”.

De manera similar, declara que en la localidad de Navidad lo único que progresa “es el cementerio”, como lid de un reportaje respecto de una serie de crímenes destinados a ocultar los excesos impunes de la policía¹⁸. En el mismo texto explica que a uno de los asesinados se le declara muerto por “accidente de tránsito”, pese a que tenía dos puñaladas en el costado. También describe como “la especialidad de la casa” la muerte por atropello, aludiendo a otra muerte inexplicable en el contexto de la misma.

Finalmente, se da en uno de sus artículos un sarcasmo incluso más violento. Está en el texto de la reyerta entre un grupo de militares y los guardias de una discoteca santiaguina¹⁹. En la nota, describiendo el enfrentamiento, describe la agresión a mansalva sufrida por la propietaria del establecimiento como que “uno de los milicos a la maleta, le cubrió la cabeza con su parka, al estilo Villa Grimaldi, a la dueña de casa...”. La caracterización del estilo de la agresión es una directa alusión a un centro de detención y tortura que funcionó en el sector precordillerano de la capital chilena durante la dictadura militar, donde se hacía llegar a los prisioneros sin que supieran donde se les conducía, vendados o con las cabezas cubiertas por prendas de vestir. Alusión que no

12 “Doro, el artista del hampa que partió robando bicicletas”, domingo 6 de marzo de 2005, sección La ruta del delito.

13 “La sabrosa historia del clan de ‘La Yuyito’, condesa del hampa criolla”, domingo 12 de junio de 2006, página 7

14 “Golpe maestro cortó tentáculos a clan de ‘El Perilla’”, domingo 16 de octubre de 2005, página 5, sección La ruta del delito”.

15 “‘Gallina pecadora’ ya es ídola en la cárcel de mujeres”, domingo 13 de febrero de 2006, página 2, sección Crimen y castigo.

16 “‘Mi madre de 88 años y la nana tenían un cuchillo al cuello’”, domingo 28 de octubre de 2008, página 2.

17 “Humilde mecánico investiga a pulso crimen de su hermano gay”, domingo 30 de octubre de 2005, página 6, sección la ruta del delito.

18 “Vivir y morir en Navidad, donde la historia la escriben los asesinos”, domingo 27 de febrero de 2005, página 5, sección La ruta del delito.

19 “Batallón militar se agarró con guardia imperial de discoteca Kmasú”, domingo 11 de septiembre de 2005, página 2.

resulta gratuita, ya que en ese centro represivo participó personal militar.

2.5.- Oxímoron: opuestos

Suerte de antítesis (Marchese y Forradelas, 1989, pág. 304) explícita, el oxímoron le sirve al cronista policial para revelar las contradicciones entre términos -personas, situaciones, condiciones- que deberían ser opuestos y que confluyen en algún tipo de contexto.

Caso claro de esta modalidad de humor lo constituye el título de la nota en que se habla de unos delincuentes que prestaron un inesperado, mas mínimo, auxilio a una de sus víctimas cuando ella sufrió un desmayo durante la comisión del delito²⁰. La fórmula verbal de la alusión estriba de la siguiente forma: "Asaltantes humanitarios".

En el ya mencionado caso del sacerdote argentino condenado como violador de los derechos humanos que huyó a un balneario chileno intentado escapar a su castigo²¹, se indica que "ex párroco (...) tenía oscuros 'pecados'".

Otro religioso aparece como protagonista de un par de oxímorones mucho menos espeluznantes. Se trata del hoy exsacerdote José Luis "Jolo" Artiagoitia, célebre por su rol de acusador -luego retractado- en un escándalo de depravación sexual con polémicos ribetes políticos que sacudió al Chile de comienzos de siglo. Primero se alude al párroco en el resumen del caso²², indicando que estaría sosteniendo un romance, al vincular las palabras "cura" y "pololeando". Estas alusiones se concretan luego en el título de una nota monográfica acerca del sacerdote²³, donde se le denomina "padre de familia", en alusión al mote de "padre" que reciben popularmente los sacerdotes y, a la vez, a su condición de procreador.

En la ya mencionada nota resumen del caso Spiniak²⁴, también se menciona la situación de dos carabineros, quienes recibieron sendas medallas por su pesquisa y que luego fueron desvinculados de la institución policial en el tramo final de la misma investigación. Vega vincula "condecorados" con "la mansa PLR" (sigla que en lenguaje popular alude a que se echa a una persona con un puntapié en sus nalgas).

Esta situación contradictoria de la policía, otro tema recurrente en Vega, es tocada también en un artículo acerca de tres policías que organizaron un asalto²⁵, se pasaron al "lado oscuro de la juerza", al decir del cronista. De ellos se dice que "'vigilaron' choreo", vinculando la actividad policial de guardia de la ciudad a la denominación popular que recibe el robo.

2.6.- Parodia: en jaque

Desacralización de los valores tradicionales (Marchese y Forradelas, 1989, pág. 311), el recurso paródico imita un texto para romper con su jerarquía. En el caso de estas crónicas, se trata de atentar con la solemnidad de una situación de manera de revelar la irracionalidad del instante por medio de su transposición a lo supuestamente solemne.

Una de las víctimas del cronista es precisamente lo sacro hecho libro, La Biblia. En una crónica acerca de un joven que seducía como modo de cometer estafas²⁶, relata con lenguaje popular un episodio bíblico para presentar el tema de la tentación: "En el Génesis, Don Sata, bajo la forma de una serpiente, se las arregló para engrupir a Eva con un ofertón irresistible: '¡A las buenas manzanas, a las buenas manzanas! Muerda no más mijita (...)'". Y aquí estamos. Con la caca hasta el cuello por culpa de la maldita culebra".

20 "Asaltante 'humanitarios' dieron aspirina a víctima de soponcio", domingo 11 de enero de 2008, página 3, sección Crimen y castigo.

21 "Ex párroco de El Quisco tenía oscuros pecados: Tortura y asesinato", domingo 18 de noviembre de 2007, página 5, sección La ruta del delito.

22 Caso Spiniak. ¡Bomba de racimo!, domingo 13 de agosto de 2006, página 8, sección La ruta del delito", recuadro "Jolo y Gemita se dieron un festín".

23 "El polémico cura Jolo ya es padre, pero padre de familia", domingo 12 de agosto de 2007, página 3, sección País.

24 "Caso Spiniak. ¡Bomba de racimo!", domingo 13 de agosto de 2006, página 8, sección La ruta del delito", recuadro "Polis condecorados se fueron de mansa PLR".

25 "A la parrilla tres verdes que vigilaron choreo de 500 melones", domingo 11 de marzo de 2007, página 11, sección Crimen y Castigo.

26 "El increíble 'bello Marcelo', un Don Juan que estruja a sus víctimas", domingo 10 de abril de 2006, página 5, sección La ruta del delito.

En el mismo artículo, alude nuevamente al texto religioso, echando mano en esta ocasión a otro personaje del Antiguo Testamento: "Utilizando solo su pellejo, una puta mercenaria llamada Dalila se las arregló para meterse en la cama de Sansón para cortarle su melena, donde residía su fuerza sobrenatural. Hay expertos que creen que ese párrafo está mal traducido del arameo y que fue otra cosa la que le cortó la warrior (mujer de moral sexual muy dispada en el argot del medio de comunicación) a nuestro héroe".

La economía es otro campo paródico. Ejemplo de esto figura en la nota acerca de dos mujeres de avanzada edad ("teclas" en vocabulario popular) que ejercían el narcotráfico²⁷. En clara alusión a la desmedrada situación de la tercera edad, cuyas jubilaciones son paupérrimas, el cronista indica que con la actividad delictual las señoras, madre e hija, se "reajustaban las pensiones".

En un artículo ya mencionado acerca de una banda de asaltantes de bancos²⁸, se alude a la idolatrada moneda estadounidense y las efigies que aparecen en las distintas denominaciones: "La suculenta suma de 22 mil dólares. Buenos billetes con las imágenes en relieve de George Washington, Thomas Jefferson, el Tío Tom y el ratón Mickey".

También en un texto ya referido, respecto de unos asaltantes que socorrieron paradójicamente a una de las víctimas de su delito²⁹, el cronista relata la búsqueda de documentos transables en el mercado con que engrosar su botín y describe estos papeles: "¿Dónde guardan las acciones de Microsoft, Citigrup, Blanco y Negro y Azul Azul", mezclando empresas de prestigio bursátil con las corporaciones que se hicieron dueñas de los equipos de fútbol cuando los clubes del balompié se vieron forzados a transformarse en sociedades anónimas.

Un curioso superhéroe chileno, Helperman³⁰, de escasa trayectoria, le sirve al periodista para reírse de estos personajes sobrehumanos y, de pasada, de un expresidente chileno. "El personaje que amenaza con desplazar del imaginario nacional a Batman y Robin, Superman, el Hombre Araña, el Capitán Planeta y otros todopoderosos miembros del exclusivo club de los superhéroes". Recordemos que el Capitán Planeta fue el apodo que recibió Ricardo Lagos cuando se le designó en un cargo internacional de resguardo ecológico, donde tampoco hubo demasiados efectos.

El nazismo, los fascismos en general, constituye otra temática recurrente en Vega. Una de sus características es parodiada cuando es enviado a cubrir la detención de Paul Schäfer, el ya aludido líder de un enclave alemán ultraderechista³¹. El exsoldado, acusado de pedofilia sostenida y violaciones a los derechos humanos también recurrentes, intentó hacer parecer que no hablaba castellano, para dificultar la detención, lo que fue rechazado violentamente por la policía argentina. Para el periodista, esta estrategia se describe como "jugar al ario puro".

El ya mencionado caso del hombre que fue agredido por un grupo de mujeres, quienes lo culpaban de golpear a sus propios hijos³², permite aludir a una fiesta internacional de muy distintos efectos en Chile, desde la conmemoración política al festejo consumista. "Intentaron -dice encomiosamente la nota- celebrar el Día Internacional de la Mujer dándole como bombo en fiesta por bellaco".

Finalmente, otro artículo ya referido, la batalla entre militares de franco y los guardias de una discoteca³³, da pábulo para varias parodias. La gravedad de la situación, por ejemplo, se describe como "cuando la cuática (alboroto) ya daba para la intervención de los cascos azules de la ONU o la Asociación de alcohólicos anónimos...". De igual manera, se remite a una supuesta condecoración como "Gran Capitán Cabernet Sauvignon", que podría ser una velada alusión a Augusto Pinochet (que ostentaba el grado de capitán general) en relación con una variante vitivinícola. La descripción de uno de los grupos en disputa tiene reminiscencias al voca-

27 "Acusan a teclas de reajustarse jubilación moviendo drogas frente a Carabineros", domingo 31 de 2008, página 2, sección Tema del día.

28 "Los fantasmas' parecían de otra dimensión, pero mostraron la ojota", domingo 15 de marzo de 2008, página 2, sección La ruta del delito.

29 "Asaltante 'humanitarios' dieron aspirina a víctima de soponcio", domingo 11 de enero de 2008, página 3, sección Crimen y castigo.

30 "Helperman está con la película clarita: 'La Roja no tiene por donde perder...'", domingo 7 de septiembre de 2008, página 2, sección Tema del día.

31 "Rayados y gritos en hospital", domingo 11 de marzo de 2005, página 3, sección Tema del día".

32 "Evas hicieron callejón oscuro a 'papito' acusado de torturar a sus peques", domingo 8 de marzo de 2008, página 2.

33 "Batallón militar se agarró con guardia imperial de discoteca Kmasú", domingo 11 de septiembre de 2005, página 2.

bulario militar y, tangencialmente, recuerda la guerra de Las Malvinas y el dudoso rol que Chile jugó en el conflicto: "Cerca de 15 infantes de la patria, más un oficial de la hermana república che que cursa estudios en la academia local para que la próxima vez que se agarren con los ingleses nos pongamos de acuerdo como hermanos...".

Pero donde la parodia llega a su paroxismo es cuando se narra el "combate", lo que se pone en boca de tres supuestos testigos, "Pancho Encina", "Benja Vicuña" y "Choche Inostroza", apodosos que esconden a dos historiadores chilenos, Francisco Encina y Benjamín Vicuña Mackenna, y al más exitoso de los novelistas históricos nacionales, Jorge Inostroza. Apropiándose del lenguaje pedestre de la difusión patriótica, indica que "en el lugar se observaron enternecedoras escenas de arrojo y valentía, dignas de figurar en los libros de historia de educación básica".

Finalmente, el cronista embiste contra el desigual trato que recibe un uniformado respecto de un civil. Contra lo que ocurre de costumbre, en este caso no se entregaron a la prensa ni se hicieron públicos de modo alguno los nombres de los implicados. "Fueron trasladados hasta la Posta 4, donde el encargado de Recepción e Información, José Zúñiga, dijo a La Cuarta, que le habían prohibido dar a conocer los nombres de los pacientes por razones de estado. Agregó que la información será desclasificada dentro de 50 años. Carabineros tampoco proporcionó nombres y el Ejército, menos".

2.7.- Hipérbole: énfasis

Exageración al punto de lo inverosímil (Marchese y Forradelas, 1989, pág. 198), la hipérbole representa una alusión enfática. Para estas crónicas policiales sirve para enfatizar los límites, los niveles intolerables, o señalar una acción que escala hasta lo inimaginable.

Así, en el caso del violento asalto realizado por un adolescente de 17 años a una señora mayor, de 88, personaje de la sociedad mundana santiaguina³⁴, sirve para indicar que el muchacho es "más tóxico que el hanta".

Para indicar el nivel del delito en una operación policial que permitió capturar a unas jovencitas que seducían varones para luego asaltarlos³⁵, asegura que luego de encandilar y drogar a la víctima, "le roban hasta los cálculos a la vesícula".

En una nota acerca de las venganzas por honor entre pandillas³⁶, se indica que el código delictual prescribe cobrarse revancha si se ha sufrido una violación carcelaria. "El pote es más sagrado que la madre", sentencia Vega.

La misma hipérbole se utiliza en dos ocasiones. En el caso de un violador con connotaciones de culto demoníaco³⁷ y cuando se relata la detención de una banda que robaba y violaba en el sector precordillerano de Santiago³⁸, se emplea el mismo recurso, la alusión a que violaban "todo lo que se movía".

2.8.- Vocabulario: carnaval léxico

Tomar el vocabulario del caso y traspasarlo al texto, adecuando su empleo, constituye una suerte de carnavalesización del léxico, el inventario de palabras abierto o ilimitado (Lewandowski, 1995, págs. 207-208) de que disponemos para la comunicación verbal. Por un momento, como la licencia carnalesca, los roles se trastocan con un risa que no puede, ni intenta, disimular lo dramático de nuestras construcciones sociales ("Como bien lo ha notado Julia Kristeva, 'la risa del carnaval no es simplemente paródica, no es más cómica que trágica, es las dos al mismo tiempo'" (Díaz y Lagos, 1996).

34 "Cumalité' espera libre el juicio por robo con violencia a Julita", domingo 29 de julio de 2007, página 8, sección País.

35 "Vampiresas dejaban secos giles con billete que se creían dueños del mundo", domingo 15 de junio de 2008, página 5, sección País.

36 "Flaites ajustan cuentas a la primera de cambio", domingo 18 de junio de 2005, página 5, sección La ruta del delito.

37 "El Brujo' violaba todo lo que se movía con apoyo del fan club", domingo 4 de marzo de 2007, página 5, sección La ruta del delito.

38 "Cuadrilla salvaje' violaba todo lo que se movía en Las Vizcachas", domingo 20 de febrero de 2005, página 6, sección La ruta del delito.

Esta apropiación se verifica como vasos comunicantes. En la historia de un delincuente que presentaba alguna similitud física con un futbolista profesional³⁹, el lenguaje deportivo se instala en la descripción policial. Así su escaso aporte positivo a la sociedad se transforma en “el único mérito que puede mostrar en el superclásico de la vida es que los cumas de la población lo bautizaron como el ‘Piña Villanueva’ por su lejano parecido con la superestrella de Audax...”. De igual manera, el asesinato de su maduro suegro se instituye como un “foul descalificador” sobre el representante de los “viejos cracks” y “cobarde ultraje al fair play”.

Algo similar ocurre con el dueño de una botillería que habría matado a un supuesto asaltante⁴⁰. El acto de aducida defensa se describe como “descorchó a vecino a balazos”. Cómica resulta también la denominación, parodiando el lenguaje de los concedores de los mostos, del producto que habría solicitado el futuro occiso en la botillería antes del baleo: “Un cartonier de tintán cosecha tardía”.

También vinculada con el alcohol es la noticia de una magistrada sorprendida conduciendo su vehículo bajo la influencia del alcohol⁴¹. Según el cronista, manejaba con “pisco sour en el cuerpo” y arriesgaba penas que iban entre 61 y 543 días “de guarda”.

Más amplia es la apropiación del campo semántico de la nobleza en el caso de un falsificador denominado “El Príncipe”⁴². Su entorno recibe el apelativo de “monarquía”, su novia es “consorte”, “la princesa” o “su majestad” y la llegada de este grupo a la actividad delictual fue una “entronización”.

En la misma cuerda, relatando las alternativas de un frustrado contrabando de narcóticos con destino a Europa⁴³, realizado por un electricista español, se indica que el traficante “hizo cortocircuito” al ser descubierto.

Para un artículo ya mencionado, acerca de la banda apodada “Los fantasmas”⁴⁴, detenidos al intentar cambiar dólares producto de sus robos y que uno de los integrantes había conseguido escapar del cerco policial, se utiliza el recurso al indicar que las policías “harán una sesión Puntualmente, en una ya referida nota acerca de la reyerta en una discoteca⁴⁵, se hace referencia a un encuentro de fútbol entre Chile y Brasil porque habría sido el mismo local donde seleccionados nacionales llegaron en un periplo reñido con la disciplina. La derrota chilena se cuantifica de la siguiente manera: “5 caipiriñas a 0 piscolas”.

Un caso particular ocurre cuando, en relación con la ya mencionada venganza de un grupo de criminales⁴⁶, se narra la célebre historia de la revancha de samuráis en el Japón medieval, mezclando la particularidad fonética caricaturesca del hablar nipón con el lenguaje popular: “Cuando flolecían los celezos, en la plimavela del año 1703, los honolables señoles Asano y Kira fueron invitados por el empeladol a disflutal de un asado de dlagón legado con sake...”.

La descripción de esta tragedia mezcla paródicamente además la hipercodificación estilística: “De improviso, por causas que se han peldido en la osculidad de los tiempos, la pareja comenzó a disputarse un cholipán...”.

Con indisimulado humor negro se alude a la muerte inminente de un capo mafioso, aquejado de cáncer⁴⁷, con el argot mortuorio. “A Manuel Fuentes está a punto de llevárselo el cangrejo (...) y ya huele a gladiolos”. Para agregar que “según sus íntimos quiere entregar las herramientas en su casas, rodeados por miembros de su familia...”.

39 “El ‘Piña Villanueva’ mató a suegro tras chupar como ‘crá’”, domingo 20 de enero de 2008, página 6, sección País.

40 “Botillero descorchó vecino a balazos”, domingo 29 de mayo de 2008, página 7, sección Crimen y castigo.

41 “Defensora pública acusada de manejar con pisco sour en el cuerpo”, domingo 16 de julio de 2006, página 9, sección Crimen y castigo.

42 “Solo falta que caiga ‘El Príncipe’ para tener a monarquía de clonadores tras las rejas”, domingo 14 de diciembre de 2008, página 8, sección La ruta del delito.

43 “Petazeta se tiró al dulce con cargamento de koyaks con cocaína”, domingo 25 de febrero de 2007, página 3, sección Crimen y castigo.

44 “Los fantasmas’ parecían de otra dimensión, pero mostraron la ojota”, domingo 15 de marzo de 2008, página 2, sección La ruta del delito.

45 “Batallón militar se agarró con guardia imperial de discoteca Kmasú”, domingo 11 de septiembre de 2005, página 2.

46 “Flaites ajustan cuentas a la primera de cambio”, domingo 18 de junio de 2005, página 5, sección La ruta del delito.

47 “Golpe maestro cortó tentáculos a clan de ‘El Perilla’”, domingo 14 de octubre de 2005, página 5, sección La ruta del delito.

Finalmente, en el caso de un profesor de enseñanza básica acusado de abusar de 18 de sus estudiantes⁴⁸, todas menores de edad, se indica que se trataría de un “reforzamiento” sexual, en una oscura alusión a las clases que se destinan a nivelar a los estudiantes deficitarios en alguna asignatura.

2.9.- Caracterización: retratos

Existen crónicas donde el énfasis humorístico está dado en la denominación de un personaje, o en su descripción identificatoria, en la agudeza del retrato. Descrita como un proceso crítico (Marchese y Forradas, 1989, pág. 50), la caracterización representa una definición distintiva, un juicio condensatorio.

En el ya mencionado artículo cerca de Schäfer y los nazis refugiados en Iberoamérica⁴⁹, se identifica a los seguidores del fascismo alemán diseminados por el mundo tras el fin de la Segunda Guerra como los “huérfanos de Hitler”.

El neologismo “narcosaurias” es acuñado para describir a las mujeres mayores que se dedicaban al narcotráfico⁵⁰ en un caso también ya revisado anteriormente. De igual manera, para el traficante que usó su dinero mal habido para someter a su pareja y familia a cirugías cosméticas⁵¹, se construye el término “narcoenchulador”.

En el ya aludido tema de la prostituta encarcelada por proxenetismo⁵², al referirse su condición de privación de libertad se la describe como “huésped fiscal”.

Otro espacio es caracterizado en la crónica cerca de la pandilla de ladrones y violadores⁵³, cuando se describe el sector en que se apostaban las parejas, y donde el grupo realizaba sus ataques, lo denomina “motel al aire libre”.

En un artículo acerca de una travesti agredida por neonazis cuando ejercía la prostitución callejera⁵⁴ se proponen dos denominaciones. Una constituye una alusión al trabajo, lo que se describe como “se gana los garbanzos en la calle”, y la otra estriba en el servicio que se presta en esta transacción, lo que se moteja de como “el menú”.

La ya mencionada fiscal detenida cuando conducía bajo los efectos del alcohol⁵⁵ y que confesó haber consumido pisco sour es señalada como “Lady Limón”.

Al momento de explicar la profesión de la bailarina que demandó a sus patrones por uso comercial de imagen⁵⁶, se la identifica como “artista cutánea”.

Una opción bidimensional se observa en la ya conocida crónica dedicada a un caso de abusos sexuales, el que tiene connotaciones de culto satánico⁵⁷. El texto recoge la autodenominación del acusado, “Soy el comandante del mandinga”, pero además refiere irónicamente a la credulidad de los involucrados, asegurando que le creían que era “embajador del diablo con sus credenciales al día”.

La situación económica es aludida cuando, en el caso de un crimen cometido por amor despechado⁵⁸, se explica la condición de cesante del padre de la aludida como “se cuenta entre las víctimas de la recesión in-

48 “Clases de ‘reforzamiento’ sexual tienen en la cuerda floja a profe de matemáticas”, domingo 22 de abril de 2007, página 7, sección La ruta del delito”.

49 “La conexión nazi en el prontuario de Schäfer”, domingo 20 de mayo de 2005, página 5, recuadro “Adolf Eichmann se fondeó en Argentina”, sección “La ruta del delito”.

50 “Acusan a teclas de reajustarse jubilación moviendo drogas frente a Carabineros”, domingo 31 de 2008, página 2, sección Tema del día.

51 “Le puso poto a su novia y nariz a hermana con venta de drogas”, domingo 2 de julio de 2006, página 6, sección Crimen y castigo.

52 “Gallina pecadora’ ya es ídola en la cárcel de mujeres”, domingo 13 de febrero de 2006, página 2, sección Crimen y castigo.

53 “Cuadrilla salvaje’ violaba todo lo que se movía en Las Vizcachas”, domingo 20 de febrero de 2005, página 6, sección La ruta del delito.

54 “Se la llevó pa’ lo oscuro y le pegó un cotelé de fierrazos”, domingo 10 de septiembre de 2006, página 9, sección País.

55 “Defensora pública acusada de manejar con pisco sour en el cuerpo”, domingo 16 de julio de 2006, página 9, sección Crimen y castigo.

56 “Bailarina demandó a sus patrones arriba del caño a Club Champagne”, domingo 30 de agosto de 2009, página 3, sección País.

57 “El Brujo’ violaba todo lo que se movía con apoyo del fan club”, domingo 4 de marzo de 2007, página 5, sección La ruta del delito.

58 “Rancherita’ de la discordia sueña con debutar en la tele y tener un sello”, domingo 25 de enero de 2009, página 7, sección Crimen y castigo.

ternacional”.

Para una nota acerca de un ciudadano francés apresado por terrorismo cibernético de ultraderecha⁵⁹, se califica a estas posiciones empleando dos recursos tradicionales de la descripción, la denominación, cuando se les llama “tontos nazis”, y la atribución, cuando se recurre a describir acciones realizadas por ellos, indicando que “se fondearon como ratas”.

Finalmente, en un tema de índole político, en que se relata la serie de acusaciones infundadas que vincularon a un delincuente común con el asesinato del senador Jaime Guzmán⁶⁰, Vega despliega una batería de caracterizaciones. La inepta policía que llevó esta pesquisa se denomina “supersapos” y “CIA mapochina”, mientras que sus líderes son descritos como “full de ases”. Respecto de la investigación, que el autor vincula más con la necesidad de tener resultados que con reales descubrimientos, la denomina “chanta”, “jurel tipo salmón” (intento de dar apariencia refinada a lo corriente) y la engloba como “condoro policial”, en alusión al término popular para referirse a un desatino de proporciones.

2.10.- *Cultura popular*

El texto puede abstraerse de su tema en ocasiones para desplegar relaciones con la otra realidad, la percibida o supuesta, al mundo extralingüístico (Lewandowski, 1995, pág. 290). Este lapso extratextual que busca sus vinculaciones desde el acervo tradicional a la cultura pop.

En el caso de estas crónicas policiales las referencias nacen de la tradición oral y de los medios masivos contemporáneos, como la televisión y el cine.

De los primeros hay dos casos. La casi sarcástica alusión a un adagio en el caso de un hombre que incendió la casa de su conviviente⁶¹, acción que se explica según el texto porque “donde hubo fuego cenizas quedan”.

De la misma manera, en el ya visto artículo del hampón internacional retirado⁶² se echa mano al folclor, específicamente a la cueca “Adiós Santiago querido”, de Segundo Zamora, cuando al mencionar la calle San Pablo se remite a “donde toman los guapos en damajuana” y al referirse al Parque Cousiño se dirige al verso que indica que allí “toman los grandes y también los niños”.

Ya se mencionó la referencia, en forma de comparación, que se da en el caso del mafioso detenido en una zona rural⁶³, que aludía a la serie de TV “La pequeña casita en la pradera”.

Se recurre a otra referencia venida de los medios masivos para comparar el caso de una mujer de Calama que enfrentó a sus violadores y los derrotó⁶⁴, específicamente la trilogía de Quentin Tarantino centrada en una mujer experta en artes marciales. Incluso en la lectura de foto, el periodista asegura que la protagonista de la aventura es “igualita” a la Uma” (Thurman), lo que constituye un guiño a la imaginación del lector, ya que la foto publicada es de la actriz estadounidense y no de la mujer calameña.

Finalmente en un artículo ya mencionado, el del francés neonazi que efectuaba amenazas digitales⁶⁵, se hacen dos referencias venidas de la televisión. En relación con su nacionalidad, se remite a sendos personajes de dibujos animados, estereotipados ambos como franceses. Cuando se habla del delincuente se menciona a Pepe Le Puf (Pepé le Pew), el zorrillo enamorado de la Warner Bros, y al policía a cargo del caso se le moteja de Inspector Clouseau, aludiendo al torpe policía de la versión cinematográfica y los dibujos animados posteriores de “La pantera rosa”,

59 “Franchute facho cantaba como Aznavour cuando se curaba”, domingo 28 de agosto de 2005, página 9, sección Crimen y castigo.

60 “Olea se ganó cartel de ‘bravo’ en festival del condoro policial”, domingo 7 de agosto de 2005, página 5, sección Ruta del delito.

61 “Incendió casa de ex conviviente tras demoledora paliza”, domingo 28 de octubre de 2007, página 9, sección Crimen y castigo.

62 “Doro, el artista del hampa que partió robando bicicletas”, domingo 6 de marzo de 2005, sección La ruta del delito.

63 “Pitbull” cayó como Laura Ingalls en casita de la pradera de Huelquén”, domingo 10 de septiembre de 2008, página 5, sección Ruta del delito.

64 “Vengadora ‘Kill Bill’ nortina desarmó a fierrazos de pareja de violadores”, domingo 22 de octubre de 2006, página 7, sección Crimen y castigo.

65 “Franchute facho cantaba como Aznavour cuando se curaba”, domingo 28 de agosto de 2005, página 9, sección Crimen y castigo.

2.11.- Detalles significativos

Muy de Vega, dentro de algunos casos se despliegan situaciones no centrales, las que sin embargo pueden resultar paradigmáticas. El mejor ejemplo es un caso del reportero policial, fuera del corpus de este trabajo, en que asaltantes, asaltados, las calles y hasta el policía que llegó a investigar el asalto compartían el apellido Díaz (Vega, 2004).

En un reportaje acerca del cierre del penal Capuchinos⁶⁶ luego de ser consumido por un incendio, se hace referencia nuevamente a Daniel López (metáfora de Augusto Pinochet, según se vio anteriormente) y la permanencia en dicha prisión de su "hijo preferido", Marco Antonio Pinochet, quien habría *funado* (término venido del *mapudungún* que alude a podrirse, echarse a perder) con su presencia el edificio.

Como prueba de lo anterior, la nota aduce las palabras de un supuesto experto en numerología que habría sido consultado por el medio. Este personaje corroboraría la mala suerte generada por el hijo del dictador, indicando que no es casualidad que el edificio se haya incendiado justo un 11 de septiembre, aniversario del golpe de Estado que llevó a Pinochet al poder.

2.12.- Hipótesis empática

En el límite del periodismo y la literatura de ficción, el cronista se permite la licencia de desarrollar una pretendida empatía que le permite involucrarse en la vida psíquica de los personajes vinculados con alguna situación y publicar sus deseos, pareceres e incluso sus pensamientos.

En uno de los artículos acerca de la captura de Paul Schäfer, cuando ya estaba en el hospital argentino⁶⁷, el texto asegura que Rebeca, la hija del líder del enclave germano, tenía el anhelo de estar con su padre, lo que describe como "y el deseo de visitar a su Führer, su Duce, pero no pudo".

Dentro de otro artículo ya referido, acerca del encarcelamiento de la prostituta devenida en estrella⁶⁸, se alude a las preferencias de la guagua de la presa, entonces de cuatro meses de edad, a quien la llevaron hasta la cárcel para que pudiera ser amamantada. Según el autor de la nota, "la criatura sólo se interesó por el líquido, desechando inconscientemente el envase".

Este recurso llega al paroxismo en el ya mencionado caso del electricista español ("petazeta" en idioma del periódico) que intentó realizar un contrabando de cocaína⁶⁹. El artículo se sumerge en el monólogo interior del perro que descubrió el cargamento ilegal: "¡Guau, guau, esto huele a clorhidrato! ¡Guau, guau! ¡Péscame, subcomisario Juan Arriagada! ¡Este petazeta va cargado! (...) ¡Ya estoy volado de puro olisquear!".

3.- Los sentidos del humor

"El humor fue para él una ética y una estética" plantea una periodista y docente en referencia a la literatura de Roberto Bolaño (García-Huidobro, 2012). En el mismo sentido, un académico español plantea que el humor "nos ayuda a reconocer los valores éticos en los que realmente creemos (...) y critica los vicios de la sociedad contribuyendo a construir una sociedad más ética" (Siurana, 2013).

Estas palabras pueden proyectarse sin inconvenientes en la obra de Manuel Vega. Hay en sus textos un afán de entretener a sus lectores en medio de la entrega informativa; pero también una constante denuncia de los aspectos ridículos de su tiempo, las áreas oscuras, los resguardos que no resguardan nada y los sucesos que resultan francamente inaceptables.

66 "La nostalgia consume a última alcaide de Capuchinos", domingo 18 de septiembre de 2005, página 5, sección Ruta del delito.

67 "Rayados y gritos en hospital", domingo 11 de marzo de 2005, página 3, sección Tema del día".

68 "Gallina pecadora' ya es ídola en la cárcel de mujeres", domingo 13 de febrero de 2006, página 2, sección Crimen y castigo.

69 "Petazeta se tiró al dulce con cargamento de koyaks con cocaína", domingo 25 de febrero de 2007, página 3, sección Crimen y castigo.

El suyo no es un humor de lugares comunes. Dentro del ámbito de su quehacer profesional son blanco de sus ingenios los delincuentes, pero también la policía si es necesario. Fuera de ese marco todo es tema, la política, la economía, la cultura y los valores en boga, la sociedad precaria y quienes ponen en riesgo su equilibrio riesgoso.

3.1.- Líneas prioritarias

A partir del desarrollo del humor en los textos revisados, se definen algunas áreas isotópicas, con valoraciones más o menos estables.

- a) **Delincuencia:** no hay miramientos con algunos infractores de la ley, como los que abusan de las mujeres o la tercera edad; pero sí hay una mirada empática con las situaciones humanas y con los delincuentes a la antigua, ajenos a los excesos y la falta de límites del delito actual.
- b) **Policía y legalidad:** si bien se felicita los procedimientos rápidos y eficientes; el policía que trasgrede su responsabilidad es tratado como un delincuente más, incluso de los peores. Respecto de la justicia en general, desde los tribunales al sistema carcelario, la perspectiva presenta más bien de reparos.
- c) **Fascismo:** los totalitarismos están al otro lado de la trinchera, ya sean los de otrora y sus sobrevivientes como las ramificaciones actuales. Esto incluye especialmente a la dictadura militar chilena.
- d) **Sexualidad:** se percibe un cierto machismo refinado, en que lo femenino se relaciona con el deseo y los peligros aledaños; pero, a la vez, el rol de la mujer concentra señales de respeto. Respecto de la homosexualidad se aprecia una mirada neutra, inesperadamente -para su área de ejercicio laboral- sin cuestionamientos.
- e) **Economía de mercado:** exhibe una perspectiva distante, irónica, que se manifiesta con claridad en sus parodias al lenguaje que conlleva este modelo de sociedad.
- f) **Abusos:** el uso irrestricto de una posición superior (policía, fuerzas armadas, educación, iglesia, machismo) constituye un antivalor fundamental. Por consiguiente, quienes lo sufren representan un grupo de interés reivindicativo.
- g) **Vicios:** la mirada sobre el alcohol resulta bastante más estricta que con otras drogas, pese a la que la relación legalidad-ilegalidad se da a la inversa.
- h) **Justicia:** este es el valor que aparece como prioritario para el cronista, ya sea cuando se consigue a través del sistema institucional o como una aspiración fuera de este.

3.2.- Pragmática del humor en Vega

El comportamiento pragmático del periodismo de Manuel Vega presenta algunas interesantes particularidades.

A diferencia de reporterismo policial tradicional e histórico (Undurraga, 2011), si bien también existe una apelación al lector, no se trata de una retórica del morbo, sino más bien un diálogo pragmático en busca del placer. Un inusual partido de ajedrez, como le gustaba ejemplificar al autor de "Lector in fabula" (Eco, 1979), donde el jugador que lleva las blancas, quien inicia la partida, desea que ganen las negras.

Vega presupone un lector cercano a las frustraciones de nuestros tiempos, especialmente la lúdica, que agradece que el periódico no solo le informe sino que además se tome la molestia de entretenerle. Lejos de menospreciarlo, el cronista le supone algún dominio de la actualidad nacional, más allá de lo meramente policial, y de ciertos conocimientos posibles en un grupo etario similar al suyo propio e intereses de algún modo más orientados a vestigios del altruismo que a la órbita individual.

Para él construye máquinas textuales de sentido que se instalan en un acto expresivo en que el lenguaje puede estar jalonado por términos del argot, pero que nunca caen en registros vulgares.

En general las circunstancias de la enunciación, como es obvio en el periodismo, determinan su particular expresión. Pero van más allá de lo meramente coyuntural, se orientan más bien por un contexto más amplio, especialmente en lo temporal.

Los aspectos de conocimientos previos dependen de cada temática. En algunas, las que presentan cierta trayectoria, echa mano a elementos previos; pero normalmente, como muchos de los casos son emergentes, construye su propia referencialidad en el texto, durante la narración de la noticia. Las hipercodificaciones (como imitar discursos externos) aparecen como un recurso que resulta especialmente relevante, ya que constituye la base para los recurrentes segmentos paródicos.

A medida que construye su referencialidad o aprovecha la que le brinda su tiempo inmediato, Vega informa las primeras estructuras discursivas. Los temas son de fácil reconocimiento, en especial si pensamos lo específicos que resultan los paraguas seccionales que normalmente cobijan sus notas. En general, dada la prevalencia de este recurso en el periodismo, los encabezados (*leads*) dan el punto de partida de las isotopías, desde el comienzo se dan algunos elementos fundantes.

Los relatos, el periodismo policial es especialmente contador de historias y Vega lo lleva casi al paroxismo, construyen la estructuras narrativas. Sobre ellas, a partir muchas veces de los recursos humorísticos, como veremos más adelante, el lector construye sus previsiones e inferencias, deduce la orientación de los sucesos e identifica los roles que cada personaje juega dentro del relato.

No necesariamente secuencial, este proceso se instala pronto en el lector, quien para entonces ya está preparado para tomar decisiones valóricas.

3.2.1.- Parte de batalla

Un ejemplo complejo de este proceso se da en el artículo de la reyerta entre militares y los guardias de una discoteca⁷⁰.

El lugar donde suceden los hechos era bastante conocido en la época que se publica la nota; pero para los que no la conocieran por otros motivos, los días previos había adquirido bastante notoriedad cuando llegaron a ella seleccionados de fútbol que deberían haber estado concentrados esperando el partido contra Brasil. Es a este episodio al que hace alusión el autor cuando entrega el resultado del partido.

La otra área de conocimientos necesarios para el desciframiento de la nota viene de la historia reciente e incluso la situación actual de Chile. Nación con un patriotismo más bien bélico y festivo, hay un conocimiento bastante desarrollado, al menos en las generaciones educadas en el siglo pasado, de cierta retórica militar.

Si bien el título está más concentrado en llamar la atención que en detallar el acontecimiento, la sola mención de un "batallón militar" que se "agarró" con "guardia imperial" ya deja en claro el tenor de los acontecimiento. El *lead* ("Con cinco prisioneros por bando -tres de ellos heridos en acción y como tales candidatos a la medalla...) confirma la situación; pero además introduce el tono paródico que mantendrá la nota.

⁷⁰ "Batallón militar se agarró con guardia imperial de discoteca Kmasú", domingo 11 de septiembre de 2005, página 2.

El lector presupuesto por Vega ya está siguiendo la nota con una sonrisa en los labios. Tras el comentario de los futbolistas indisciplinados, con lo que consigue que incluso los menos enterados de las salas de fiesta identifiquen el espacio en cuestión, Vega describe el grupo de militares y pasa a relatar el combate. Todo con abundantes alusiones a la retórica militar ("infantes de la patria", "próceres", "escaramuza", "no rindieron las armas", "escenas de arrojo y valentía"). El lector ya ha evaluado el suceso, asignando valoraciones a las actuaciones de cada sector enfrentado.

Entonces el autor lanza un último dato, que seguramente resulta inesperado, la falta de información respecto de heridos y detenidos, un resguardo del que jamás gozan los civiles. Vega lo remarca aludiendo a que se trata de "razones de Estado", develando la incongruencia del proceso, las desigualdades en el trato y aludiendo a otros aspectos de la sociedad que también fueron silenciados por la presencia de uniformados.

El lector esperado tiene otro elemento más para asegurar o morigerar sus evaluaciones.

3.3.- *Mundos posibles e ideologías*

El humor constituye una valoración, por ende representa una crítica y, consecuentemente, declara una postura ética.

Cada recurso humorístico, que normalmente se centran en aspectos generales, no en los elementos coyunturales, está proponiendo una valoración.

Precisamente los dos últimos aspectos del análisis de pragmática textual, las estructuras ideológicas y los mundos posibles, apuntan a esa dirección.

Durante el desarrollo de la historia, Vega usualmente crea metáforas, despliega las ironías y sus parodias, asigna denominaciones y celebra el carnaval de su particular diccionario. Todo eso es ideología pura.

El autor ironiza con un grupo de hampones que le pide fondos al Estado, la lentitud de la salud pública y asimila a los delincuentes con el empresariado. Lo paródico se da con discursos como La Biblia, la jerga económica y la retórica militar. Las denominaciones van por el lado de "viejo cochín", "huérfanos de Hitler", "embajador del diablo" y "condoro policial". Sus vocabularios apuntan a los ídolos deportivos, vecinos "descorchados" a balazos, "príncipes" del hampa" y docentes que realizaban "reforzamientos" abusando de sus estudiantes. Finalmente, las metáforas del periodista nos llevan hasta el nombre falso que usaba un dictador para disimular los dineros sacados del país y a un exsacerdote violador de los derechos humanos que se vincula a un exmilitar condenado a varios siglos de cárcel por cargos similares.

El cronista demuestra tener muy clara su evaluación respecto de la sociedad que le toca reportear y que da tema para sus textos. Valoración que no duda en traspasar, precisamente en sus escritos, a sus lectores.

Por contraposición podemos suponer, entonces, el mundo posible para el periodista. Manuel Vega soñaba con un horizonte sin instituciones sacrosantas que no pueden ser cuestionadas, donde la sociedad y la gente gozan de buena memoria, un paisaje en que los valores preferibles no necesariamente coinciden con las leyes y las normativas sociales, con una cultura nostálgica de ciertos códigos perdidos que nos hacen falta.

3.4.- *El humor como subversión*

De la lectura pragmática se desprende que el humor en la crónica roja de Manuel Vega no representa una mera ornamentación, ni siquiera apunta a constituir una técnica en servicio de la entrega informativa. Por el contrario, representa una estética del goce, los chistes son ingredientes principales con los cuales se elabora una ruta de lectura orientada al disfrute de la decodificación, se evidencia como marcadores relevantes de la cooperación textual.

Pero ni siquiera esa función agota el sentido del humor en la obra del cronista policial del diario "La Cuarta". Su aspecto cómico las más de las veces está al servicio, por añadidura, como dice el Eclesiastés, de un pro-

yecto ético. No cualquiera, uno que critica a la policía -que es su principal fuente de información-, que se ríe de la lógica del sistema socioeconómico en que está inmerso y que distribuye categorías axiológicas que no necesariamente coinciden con el orden legal.

En el discurso de Manuel Vega la crónica roja construye humor en torno a un proyecto estético y ético, la risa tiene sentido.

Bibliografía

- Beristáin, H. (1995). *Diccionario de la retórica y la poética*. Ciudad de México: Purrúa.
- Díaz y Lagos. (1996). *La palabra en vilo*. Santiago, Chile: Cuarto Propio.
- Eco, U. (1979). *Lector in fabula*. Barcelona, España: Lumen.
- Freud, S. (2012). *El chiste y su relación con el inconsciente*. Madrid, España: Alianza.
- García-Huidobro, C. (2012). Humor, goles y autogoles de Roberto Bolaño. *Universum*, 223-228.
- Lewandowski, T. (1995). *Diccionario de lingüística*. Madrid, España: Cátedra.
- Marchese y Forradelas. (1989). *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*. Barcelona, España: Ariel.
- Martínez, J. (2003). *Diccionario de redacción y estilo*. Madrid: Pirámide.
- Siurana, J. (2013). Los rasgos de la ética del humor. *Veritas*, 9-31.
- Soriano, C. (2012). La metáfora cognitiva. En Iraide, Valenzuela e Ibarretxe, *Lingüística cognitiva* (págs. 87 - 109). Barcelona, España: Antropos.
- Undurraga, F. d. (2011). Relato policial y el crimen que lo habita. *Revista Chilena de Literatura*, 29-48.
- Vega, M. (7 de julio de 2004). *Paranormal asalto: hasta el gato se llamaba Díaz*. Obtenido de La Cuarta: <http://www.lacuarta.com/diario/2004/07/07/07.03.4a.CRO.DIAZ.html>
- Yiditz, I. (7 de febrero de 2016). <http://www.psicocanalista.yildiz.com/>. Obtenido de PSICOANÁLISIS DEL CHISTE, CÓMICO, HUMOR Y ACTOS FALLIDOS : <http://www.psicocanalista.yildiz.com/index.php/mis-articulos/51-psicoanalisis-del-chiste-comico-humor-y-actos-fallidos>

Narrar a los invisibles. Imaginarios y desmontajes del otro en el periodismo narrativo

Autor: Sergio Rodríguez Blanco, PhD

Universidad Iberoamericana (Ciudad de México)

Hay dos tipos de invisibles: aquéllos que no vemos porque están ocultos, y aquéllos que están tan cerca de nosotros que no nos percatamos de su existencia. Somos ciegos ante ellos y ellos son invisibles y mudos para nosotros. Ninguno de ellos tiene voz en nuestro mundo. Estamos rodeados de invisibles y probablemente las vidas de muchos de ellos, con un ángulo adecuado, podrían llegar a convertirse en material para una pieza de buen periodismo narrativo. ¿Cómo saberlo? Cuando la pieza logra no sólo distinguir entre el ruido y la información, sino cuestionar las narrativas oficiales y presentar la realidad de forma veraz, panorámica y original. El buen periodismo posibilita que la sociedad tome decisiones con libertad y espíritu crítico.

Este trabajo parte de dos piezas de periodismo narrativo que visibilizan a dos invisibles a partir del arte de desaparecer practicado por el cronista. Los invisibles son dos migrantes: un hombre chino y una mujer boliviana en Buenos Aires que aparecen en las crónicas *El amigo chino*, de Leila Guerriero (publicado originalmente en 2005 en la revista española *Literal* y después en la antología *Frutos extraños*) y *La Reina de Los Hornos*, de Nathalie Iriarte Villavicencio (publicada en 2014 en el libro *Cotidianidades. Historias reales de cronistas noveles*, que recibió la Primera Mención de Honor del Primer Premio Nacional de Crónica Periodística Pedro Rivero Mercado). La primera crónica se centra en la cotidianidad de Ale, un migrante chino dueño de un supermercado; en ella, la prosa se modela a través del prisma de una periodista argentina oriunda de esa ciudad que asume su rol de nativa –y en ese sentido, cultura dominante– para indagar en el tedio del otro a través del periodismo de largo aliento. En la segunda crónica una periodista boliviana residente de forma temporal en Buenos Aires va en busca de historias de indocumentados de su país y se topa con la tragedia de Reina, una mujer que no habla español, y que lleva encarcelada más de tres años en medio de un proceso judicial lleno de irregularidades que atentan contra sus derechos humanos, entre ellos el hecho de que Reina tardó casi un año y medio en recibir la visita de un intérprete que pudiera explicarle en su lengua materna, el quechua, cuál había sido su delito: haber asesinado, supuestamente, a su marido.

En ambas crónicas la invisibilidad está relacionada no sólo con la migración, sino con las interferencias lingüísticas y comunicativas derivadas de la existencia de una lengua dominante, en este caso el español, y de individuos que no la dominan, como Ale, o que la desconocen completamente, como Reina, lo que los pone en una situación de vulnerabilidad. El problema lingüístico, por supuesto, se ve aumentado por el racismo, la violencia, la injuria y la exclusión practicada por parte de la población receptora.

En este trabajo parto de la premisa de que en la modernidad globalizada la contradicción entre la economía de libre mercado y el orden de lo político del mundo globalizado han traído como consecuencia la alienación extrema de la fuerza de trabajo y la extraterritorialidad del capital, algo que ha configurado una forma de violencia en la que los cuerpos son expropiados al punto de un nuevo “esclavismo voluntario” y un déficit de lo político y lo jurídico que no da respuestas eficientes a esta situación. El capitalismo tardío ha producido una zona de indefinición que es ocupada por las lógicas del conflicto y la producción de violencia sistémica, que en términos sociales y económicos se efectúa como precarización de la existencia y que, de acuerdo a Bertrand Ogilvie, (2013) producen una forma de violencia extrema: la de las vidas desechables y la de la violencia inaudita. El migrante internacional es uno de los sujetos más identificables del proceso de globalización y se ha integrado –de forma visible e invisible– a la vida cotidiana de casi cualquier sociedad de este planeta. Desde la condición de poblaciones de origen, de tránsito o recepción, el flujo global de personas es un fenómeno

transnacional pero con efectos esencialmente locales: la primera manifestación de la llegada del inmigrado se constata en la intensidad del diálogo o tensión o conflicto con las poblaciones locales.

En los límites entre el *Homo Sacer* (Agamben, 2003) y el clandestino (Badiou, 2003), tanto la existencia de una lengua dominante como las derivas de aquéllos que no la dominan –los migrantes— perpetúa en la globalización una idea que Derrida enunció cuando narraba su propia experiencia como nacido en Argelia cuando era una colonia francesa: el monolingüismo revela la estructura colonial de toda cultura: “El monolingüismo impuesto por el otro opera fundamentándose en ese fondo, aquí por una soberanía de esencia siempre colonial y que tiende, reprimible e irreprimiblemente, a reducir las lenguas al Uno, es decir, a la hegemonía de lo homogéneo” (Derrida, 1997:58).

A partir de estos marcos conceptuales, en ambas crónicas estudio cómo los modos de subjetivación de la realidad efectuados por el cronista pueden funcionar como agenciamientos que permiten repensar de forma crítica las categorías sobre las que se erigen las prácticas normalizadas de producción de exclusión y violencia respecto de la inmigración de documentados e indocumentados, de criminalización de la diferencia, de negación del derecho a comunicarse y de resistencia social de los márgenes.

Narrar a los invisibles. Chinos y bolivianas en Buenos Aires

El amigo chino

Ale, el protagonista de la crónica *El amigo chino*, no es el tipo de personaje sobre el que suele escribir Leila Guerriero, periodista especializada en perfiles, que generalmente entrevista largamente a personalidades de los deportes, la política, la cultura o los medios masivos, como el magnate Alan Faena, dueño de la mitad de Puerto Madero, como el empresario de la carne José Alberto Samid, o como el perfil colectivo de los antropólogos argentinos con el que ganó el Premio García Márquez de Periodismo en 2010. Este amigo chino es, a diferencia de los personajes anteriores, un invisible de la ciudad de Buenos Aires, un hombre de 25 años que vive allí con su esposa, su madre, su hijo recién nacido, alguien que trabaja todo el día y por eso se deja ver poco por la urbe, y que sin embargo cobra relevancia como metonimia de una comunidad de migrantes chinos en Buenos Aires que, en el momento en que se publicó el texto, en 2005, llegaba a 50 mil personas, la mayoría arribada diez años antes a la capital de Argentina. Es hablar de lo micro para llegar a lo macro.

El amigo chino arranca así:

“El cartel flota en la noche de Buenos Aires como el ala de una mariposa seca: Supermercado Express, letras rojas sobre fondo verde. En la vereda, una pizarra anuncia que se aceptan tarjetas de crédito y débito. Tomates y naranjas brillan lustrosos frente a los carritos de metal que se usan para llevar pedidos a domicilio. Desde adentro, detrás de su pequeño mostrador, Ale, el dueño del supermercado, me ve y me saluda con un gesto. No lo dice, pero es como si lo dijera. Durante dos meses, en cada uno de nuestros encuentros, cada vez que lo llamaba por su nombre, Ale se daba la vuelta y decía, decepcionado: ‘Ah, Leila.’”

Y termina así:

“Me asomé al balcón. El cartel del supermercado latía como una inmensa branquia. Los tomates titilaban como linternas rojas y Ale –inmerso en su mundo de cuatro ciudades– volvía a ser, como siempre, un desconocido. El hombre que me vende la comida.”

Entre el cartel que “flota en la noche de Buenos Aires como el ala de una mariposa seca” en el primer párrafo, y el cartel que “latía como una inmensa branquia” del último párrafo del texto se despliega toda una transformación de la mirada (de *flotar* pasamos a *latir*, del *ala de una mariposa seca* pasamos a *una inmensa branquia*) a través de la historia del joven migrante que regenta el supermercado ubicado frente al edificio de la cronista Leila Guerriero.

Y sin embargo, la aportación del texto a las nuevas narrativas hispanoamericanas de la no ficción no se funda en su interés sociológico o demográfico, sino en su visibilización a través de un planteamiento que tiene que ver con la subjetivación autoral, con una reflexión de la periodista que podríamos extender a cualquier nativo de cualquier gran ciudad que convive cotidianamente con ciertas personas extranjeras que le brindan una serie de servicios: Ale es uno de esos vecinos que sabe todo de nosotros, y sin embargo, nosotros no sabemos nada de él. La autora lo plasma en el segundo párrafo de su crónica de este modo.

“Ale es chino y sabe muchas cosas de mí. Cuándo estoy en casa, cuándo salgo de viaje, cuándo se termina mi dinero y cuándo no hay más comida en mi heladera. Técnicamente, y desde hace cinco años, Ale es el hombre que me alimenta. Lo veo más que a cualquiera de mis amigos, hablo con él dos o tres veces por semana sabe que me gusta el queso estacionado y que no como nada que tenga ajo. Cuando hago un pedido por teléfono y olvido algo –pan, leche– me lo recuerda:

-¿Hoy no pan, hoy no leche?

Si le pido cuatrocientos gramos de jamón crudo se alarma:

-Muy caro. ¿Tanto quiere?

Conoce mi nombre, mi número de documento, mi profesión, el nombre del periódico donde trabajo, la dirección exacta de mi casa y la cantidad de gaseosa y pasta dental que consumo por semana.”

El reportaje se convierte entonces en una exploración para descubrir quién es ese amigo chino. Después del pasaje anterior, ubicado casi al principio del texto, Leila nos avisa lo siguiente: “todavía no sé –nunca sabré– nada de él” a pesar de haberlo entrevistado una docena de veces para tratar de entender por qué Ale migró de su país, por una decisión más de cronista que de ciudadana porteña.

Siguiendo la estructura clásica de E. M. Forster (2000: 74), que divide los personajes en redondos –los que evolucionan en la historia– y planos –los que son simples, estereotipos, caricaturas que se construyen sobre una idea o cualidad– parecería que es una narración de un personaje redondo: Ale. Sin embargo, es una crónica de dos personajes, Ale y Guerriero, y en realidad, la que evolucionará en la historia es Guerriero, mientras que, desde la perspectiva de la cronista, Ale seguirá siendo el mismo desconocido, aunque no para nosotros como lectores. Lo importante en esta crónica no es llegar a Ítaca, sino la travesía.

La estructura del texto en este periplo de la mirada que va de la *mariposa seca* a la *branquia* llena de vida es aparentemente sencilla, y consiste en las conversaciones de Leila Guerriero con Ale en distintos espacios, además de la inclusión de un par de fuentes más de la embajada china que explicarán características de la región de la que procede Ale. En las entrevistas, la autora utiliza un recurso que llama la atención sobre la forma de hablar del personaje: transcribe literalmente la forma en que Ale pronuncia las palabras, de forma que es evidente que él no domina el español. Ésta es la característica más memorable del texto.

Sin embargo, observemos, que la primera vez que el personaje habla en la crónica, aparece entrecorillado, como vimos, suspirando decepcionado, y en español correcto, con la siguiente expresión: “Ah, Leila”. En este “Ah, Leila”, que parecería una frase nimia, y donde no queda manifiesto su origen extranjero, se pone hincapié en cuál va a ser el punto de vista de la narración, es decir, la subjetivación autoral del género crónica ejercida como un agenciamiento consistente en el juego de mirar, pero sobre todo, en el de ser mirado. Para Leila Guerriero, el reporteo pareciera ser el arte desaparecer, y en su caso los logra porque se queda muchísimas horas con sus entrevistados. “Ah, Leila” no nos indica cómo ella lo ve a Ale, sino cómo Ale la ve a ella, en este caso, con cierto hartazgo por tanta entrevista.

La segunda intervención de Ale, como vimos, aparece en una línea de diálogo, después del primer párrafo, diciendo: “hoy no pan, hoy no leche?”, en lugar de decir, como diría un hablante argentino, “hoy no querés pan, hoy no querés leche?”. El hecho de subrayar su falta de dominio del idioma, haría parecer que Leila, al ser nativa, es la que está por encima del otro, aunque en realidad, como veremos después, se busca la horizontalidad. Observemos este pasaje:

“-¿Por qué viniste, Ale?”

-Para conocer mundo –dijo Ale, cuando le pregunté.

-¿Conocés otras partes de China?”

-Una vez fui Pekín, con abelo. Vi palacio, y eso de paredes largas... cómo dice...

-La muralla china.

-Sí. Mú rá yá. Mucho año, mil y pico, era de rey. Lindo Pekín, pero ciudad grande. Mi ciudad, chica, entre campo y ciudad. A veces mejor vive campo, otra mejor vive ciudad. Depende carácter.”

Es un juego que, aparentemente pone a Leila Guerrero, y al lector (si es que habla español) por encima de su personaje: una habla correctamente, y el otro no. Una actúa como adulta y el otro se oye como si fuera un niño. Por mucho que la autora esté tratando de ponerse al nivel del personaje, queda evidente que el monolingüismo del dominante quiere decir, además, otra cosa: “no se habla más que una lengua, y no se la posee. Nunca se habla más que una lengua, y ésta, al volver siempre al otro, es disimétricamente, del otro, el otro la guarda. Venida del otro, permanece en el otro, vuelve al otro”. (Derrida, 59)

Sin embargo, hay un momento de la crónica en que Leila trata de ponerse en el lado opuesto, ser ella *el otro*. En una de sus visitas al supermercado, ella trata de decirle “amigo chino” en chino, según las instrucciones que le ha dado un amigo argentino que habla mandarín. La cronista dice:

“-Chúnguo panguió.

(Ale) Me mira desconcertado. Probablemente, he dicho una barbaridad. Hay idiomas así, en los que la entonación transforma un saludo en insulto, y por lo que sé el chino es uno de ellos. El sonido i, por ejemplo, quiere decir uno o varios cientos, dependiendo del tono y la intención.

-¿Cómo? –dice Ale, acercándose, y me apuro a explicarle que quise decir “amigo chino” en chino. Se diga como se diga.

Ale toma un papel, un lápiz, y dice: “no, no chúnguo”.

-Escribe así: Zhong Guo Peng You.

Nos reímos.”

En este pasaje, Leila vive por tres segundos la sensación de no ser entendida, de ser como una niña. El maestro ahora es Ale. La estrategia de transcribir literalmente cobra en la escritura el papel que tiene el acento extranjero en la lengua hablada. En un taller que tomé con Leila Guerrero en 2009 en la Ciudad de México, ella explicaba su método: “Yo grabo todo y transcribo tal cual habla la gente y no le mejoro la forma en la que habla la gente. Confío en que la forma en que habla la gente también es información. Una persona con un título universitario del DF no es igual a una mujer nacida en Mexicali y que trabaja como doméstica. La forma en que hablan las personas te dicen muchísimas cosas que tienen que ver con el lugar en el que esa persona vive, la procedencia social, digamos a qué clase entre comillas pertenece; yo no le mejoro en absoluto la forma de hablar”.

Sin embargo, Leila insistía en que eso no quiere decir, en absoluto, que el texto sea una transcripción notarial, o literal de principio a fin, sino una construcción que se convierte en un arma del escritor. “Incluso las entrevistas pregunta-respuesta, no deberían ser la transcripción notarial de una entrevista como si fuera la realidad. Eso también es un artefacto armado. (...) Hay otro pecado radical, además del no inventar, que es aburrir a un lector. Esas son las dos cosas en las que uno no puede de ninguna manera incurrir. Esto no es periodismo con adornos. Esto es periodismo. Sin un buen reportero de base no hay relato posible”.

En la crónica, la metaentrevista, es decir, narrar el momento en que el periodista está entrevistando al entrevistado, es el recurso narrativo que subyace en esta operación. El hecho de que ésta sea la primera intervención del personaje, en el primer párrafo del texto, establece las reglas del juego. Al momento de hacer esta entre-

vista, el eje narrativo no pasa por hacer una pregunta memorable o por lograr que el entrevistado revele algo secreto e íntimo. En esta crónica, como en muchas otras de la misma autora, la fuerza de la prosa se centra en desarrollar un punto de vista particular y una voz potente para narrar la historia. Cuando el autor encuentra ese punto de vista insólito, no importan tanto las preguntas, sino lo que uno mira como cronista. En este caso Guerriero mira cómo Ale la mira a ella. Muchísimos de los personajes en las crónicas de Leila Guerriero aparecen diciendo cosas casi banales, particularmente los personajes principales. Muy raramente aparecen diciendo cosas largas o trascendentales. Este tipo de práctica parece ir en contra de la creencia de que en el periodismo, cuando se le pone el micrófono al entrevistado, diga lo que diga, la nota cobrará seriedad o valor. Guerriero opta por narrarlo con su propia voz para dejar que el entrevistado aparezca a pinceladas.

La Reina de Los Hornos

La Reina de Los Hornos narra la historia de Reina Maraz, “mujer boliviana, pobre, migrante, de piel oscura, quechua hablante, analfabeta y evangelista” que fue encarcelada en la ciudad de La Plata, Argentina, el sábado 20 de noviembre de 2010. Reina, de 22 años y madre de dos niños, entró embarazada en la cárcel y tuvo a tercera hija entre esas cuatro paredes. Esperó un año y cinco meses, hasta diciembre de 2011, para que un intérprete en su lengua materna pudiera indicarle cuál era el delito que se le imputaba: el homicidio de su marido Límber Santos. La crónica de Nathalie Iriarte Villavicencio arranca con una cita textual que enuncia las siguientes palabras en quechua:

“-Mana parlayta atiqtiychus, boliviana kaptiychus chayjinata. Wisk’ay kuwarqanku nini. (¿Por qué me encerraron? ¿Es porque no sé hablar español? ¿Es porque soy boliviana?)”

A continuación, el segundo párrafo de la crónica narra en presente el momento en que Reina es capturada:

“Dos hombres uniformados de azul la esposan, la meten a un auto con luces rojas y azules y la llevan a un cuarto sin ventanas, pequeño, oscuro. Reina Maraz Bejarano -22 años, larga trenza negra, mejillas sonrojadas, piel morena y tersa, rasgos indígenas- no entiende nada, ni quiénes son esos hombres, ni por qué la encierran gritando palabras en ese idioma de blancos que ella no comprende.”

En esta pieza de periodismo narrativo, el inicio marca, al igual que en la crónica de Leila Guerriero, el punto de vista de la historia. El ángulo no se erige, necesariamente, como una historia de migración, o como la historia de una madre con su hija en la cárcel, o como la historia del tránsito del campo a la gran ciudad. El énfasis, la mirada, se encuentra en su condición de quechua hablante: es una mujer que no puede defenderse porque no entiende una lengua, una mujer que es detenida y encarcelada sin que se le dé la oportunidad de expresarse, una mujer que no entiende qué pasa a su alrededor hasta un año y medio después de que ser encarcelada. No hablar español se convierte, entonces en el detonador de todos sus males. La historia, elevada a un argumento literario, es la siguiente: una mujer condenada a ser una eterna víctima por no entender qué pasa a su alrededor.

La primera entrevista que Nathalie Iriarte le hizo Reina tuvo lugar tres años y medio después de que la metieran presa en la Unidad Penitenciaria N°33 de Los Hornos, ciudad de la Plata. La periodista supo de Reina porque estaba trabajando en Buenos Aires para rescatar historias de distintos grupos de bolivianos indocumentados, muchos de los cuales vivían y laboraban de manera ilegal y migraban en condiciones muy precarias (la mayoría de ellos, según Iriarte, trabajaba en talleres ilegales de costura de marcas que se venden después en el mercado formal). En una de las villas miseria de Buenos Aires, donde viven muchos bolivianos, uno de ellos le contó la historia de una joven quechua que estaba presa y que no hablaba español. La periodista comenzó el prerreporteo y sólo encontró un par de notas periodísticas muy escuetas en la prensa argentina sobre el tema. También supo que una institución presidida por un nobel de la Paz, Adolfo Pérez Esquivel, estaba asistiendo el caso de Reina. Según me explicó Iriarte en una entrevista, en la embajada de Bolivia en Argentina conocían la historia, pero no habían hecho hasta ese momento ningún esfuerzo por acercarse y contactar o ayudar de

alguna manera a Reina. El embajador hablaba quechua, y quizá por ello, ante la insistencia de la periodista, se solidarizó con el caso y accedió a acompañarla a visitar a la cárcel a Reina. Reina había tenido varias visitas, pero ninguna de alguien de Bolivia que le hablara en su idioma. Las únicas palabras en quechua que había escuchado habían sido las del traductor argentino que le reveló dos años antes el delito del que se le acusaba.

En la crónica, el pasaje en que la cronista se encuentra por primera vez con Reina, está narrado a través del contraste entre la funcionaria de prisiones, y la presa:

“Como si estuviera a punto de abrir la jaula del animal más visitado del zoológico, una carcelera joven, rubia, de acento porteño, dice: ‘Reina siempre tiene visita, vienen de las universidades, viene prensa, gente de ONGs, mirá que es nuestra interna estrella. A la gente le gusta la historia de la boliviana que no sabe hablar, jajaja... Ahora te la traigo.’

Reina –su piel tersa de 25 años contrasta con sus ojos cansados y llenos de cataratas- entra a la oficina de la jefa de la Unidad, lugar cedido para la entrevista. Camina lento, la cabeza gacha, levanta tímidamente la vista y dice muy bajito y en español: hola... Se sienta y, después de oír el saludo en quechua del intérprete, los ojos le brillan y devuelve el saludo sonriente: *Imaynalla kachkanki* (¿cómo estás?). Luego pregunta si todos hablan quechua. Ante la negativa del intérprete, ella dice con tono desesperado:

-Sho no, sho no, matar mana, inocente kani.

Lo que intenta decir en un quechuañol con dejos gauchos es:

-Yo no, yo no, nada de matar, soy inocente.”

En primer lugar, observamos la metáfora de Reina como el “animal más visitado del zoológico”, un elemento retórico que vincula el racismo hacia la mujer indígena con la animalización. En varios momentos de la crónica se especificará que Reina ha dejado de vestirse como lo hacía en su municipio natal, como un mecanismo de defensa para tratar de mimetizarse con las mujeres argentinas de la cárcel. Usa jeans, pero no hablar la lengua hace que su condición se relacione con una reminiscencia contemporánea en versión latinoamericana de las críticas que Franz Fanon hacía al proceso de colonización particularmente en el modo en que los colonizadores dejaban al colonizado en una posición animal, intermedia y ambigua entre sujeto y objeto: “Los colonos se ven obligados a dejar a medias la domesticación. El resultado, ni hombre ni bestia, es el indígena. Golpeado, subalimentado, pero sólo hasta cierto punto, tiene siempre, ya sea amarillo, negro o blanco, los mismos rasgos de carácter: es perezoso taimado y ladrón, vive de cualquier cosa y sólo conoce la fuerza” (Fanon, 1961:12). En esta misma genealogía, Achille Mbembe, investigador camerunés, en su texto *Necropolítica*, considera que el racismo es la mejor herramienta para el biopoder, un concepto que establece que el poder lo ejerce aquél que tiene control sobre la vida (Mbembe, 2003). En el pasaje, la imagen de Reina llegando cabizbaja, hablando en quechuañol con visos de acento argentino hace eco de cómo su alteridad, su diferencia indígena y su desconocimiento del idioma español es visibilizada como una inferioridad racial y como una mudez lingüística.

A partir de esta primera entrevista, gracias a las gestiones de la embajada de Bolivia en Argentina, que envió una carta a la prisión, Nathalie Iriarte pudo conseguir un permiso especial de visita a Reina. Podía entrar casi todo el día a la cárcel a quedarse con ella. Viajaba de Buenos Aires hasta la Plata, que está a una hora y 20 minutos de bus, y allí la estuvo visitando varios domingos durante dos meses. Iriarte no podía llevar traductor siempre, porque al ser ella periodista freelance, pagar a un traductor significaba un costo económico extra. En muchas ocasiones, Reina le hablaba en quechua a la periodista, de forma que la autora, que no entendía nada, se vio de alguna forma en la situación que Reina había vivido cuando la detuvieron. La diferencia es que Iriarte podía mandar traducir las conversaciones que tenía registradas en su grabadora. Al no tener la oportunidad de hablar mucho, la cronista observaba su vida diaria, su relación con las otras internas, cómo cuidaba de su hija, cuál era su rutina. Una de las visitas aparece así en la narración:

"-Visita para Maraz!!!

-Ahhh, buscás a la india, está en su celda, nunca sale de ahí.

-Llamala a la bolita boludaaa!!!

Un grupo de internas están paradas junto a los barrotes que se abren para dar paso al pabellón 4. Una de ellas, la que más habla y parece al mando, dice que a ella nadie la visita y que 'a la india nunca le falta quien venga'."

Una de las diferencias entre el personaje de Reina y el personaje de Ale es que en este caso hay un proceso de identificación entre la cronista, como migrante, boliviana y mujer, y Reina, más allá de la barrera evidente del idioma. En entrevista, Iriarte reconocía lo siguiente: "Nos acercaba el hecho de ser bolivianas las dos, a Reina eso le hizo confiar un poco más en mí, pero sí al principio ella estaba muy tímida, me respondía con monosílabos, y se notaba desconfiada, y con mucha razón: como le habían pasado tantas cosas era normal que ella no confíe en esta chica equis que llegaba a hablarle en una lengua que para ella es desconocida, y que es de blancos y que es de gente que la tiene ahí encerrada. Pero de a poco ella se fue abriendo mucho conmigo".

Sin embargo, en el caso de Reina, la exclusión y la vulnerabilidad no sólo provienen de los argentinos sobre ella. En la crónica se narra también cómo los hombres de su propia familia sí hablan español, mientras que las mujeres no, porque supuestamente no les hace falta para sus labores cotidianas, que consisten en pastorear y cuidar hijos. En la crónica se cuenta cómo Límber Santos, su marido, la abandonó durante tres años y cuando regresó a la comunidad en Bolivia la acusó de haber cometido adulterio con un primo. En aquel incidente, la propia comunidad apoyó a Límber y denigró a Reina, como a cualquier otra mujer, a una posición de sometimiento e indefensión total. Así queda plasmado en un pasaje:

"Toda la familia de Límber se enteró del problema marital basado en las acusaciones de infidelidad. En la organización del ayllu (comunidad en quechua), la familia extendida tiene voz y voto sobre los problemas de parejas o interpersonales y, en este caso el pedido popular fue llevar el caso al corregidor. La autoridad del pueblo fue llamada y, después de oír los alegatos, dio autorización a Límber para realizar una requisa de los órganos sexuales de Reina."

No hubo ningún indicio de que ella hubiera tenido relaciones sexuales, pero la hermana de Límber siempre le recriminó por ello. Después, en 2009, Reina, Límber y sus hijos migraron a Argentina y pasado un tiempo, su marido la vendió una noche a un conocido que la violó delante de sus dos hijos como pago de un favor; pero este acto sirvió a Límber para volverla a acusar de infidelidad. Días después, Límber apareció muerto y Reina fue detenida por haberlo asesinado. La condena: cadena perpetua.

Esta información se obtuvo a través del proceso de reporte en la cárcel. Además, la periodista se contactó con su padre en Avichuca. De nuevo, el tema de las barreras de comunicación impregnaba el trabajo de reportera: no hay señal de teléfono en la casa de la familia Reina, que es un habitáculo aislado en medio del campo, rodeado de montañas en una zona andina, altiplánica. El padre de Reina sólo tiene señal de teléfono el sábado, cuando sale de su casa a caminando hacia el pueblo más cercano para ir a la iglesia. Los sábados, le hacía una llamada perdida a la periodista, ella le llamaba, y hablaban. Así contactó al padre, al hermano y a las dos hermanas de Reina.

El final de la crónica es una escena en que Reina está en la cárcel junto a su hijita Abigail, diciendo que quiere aprender español, como si esa fuera la panacea para empoderarla:

"-Sé que me encerraron porque no pude hablar, no pude defenderme. Sé que me quitaron a mis hijos porque no podía hablar para defenderlos. Sé que Abigail nació en la cárcel por eso. Sé que no voy a encontrar trabajo si no aprendo a hablar español. Y por eso quiero aprender y que mis hijos aprendan. Por eso voy a la escuela todos los días y voy aprendiendo.

Reina trata de demostrar lo aprendido y recita: a, e, i, o

Sonríe, se encoge de hombros y mira con temor, como niña que pide disculpas por no recordar la u."

La crónica está atravesada por la dificultad para ser migrante, el tema del racismo impregnado desde la justicia hasta las presas compañeras. El cierre del texto es redondo con respecto al principio, en donde Reina aparecía preguntando en quechua. Esta estructura que relaciona el primer y último párrafos de la crónica muestra una evolución en el personaje ligada a la problemática del idioma y envuelta en esa sensación de ternura, al mismo tiempo impotencia, pero ternura al fin y al cabo, que envuelve a la protagonista del relato: creer que la causa de todos sus problemas tiene que ver con no hablar español. En el cierre del texto, cuando Reina cuenta que está yendo a aprender a leer y termina tratando de recitar todas las vocales sin lograrlo, se mantiene el norte que guía toda la narración: la idea de las barreras lingüísticas del monolingüismo, que en términos de Derrida implica la paradoja de adueñarse de la lengua del otro (la lengua como Ley): "El monolingüismo del otro sería en primer lugar esa soberanía, esa ley llegada de otra parte, sin duda, pero también y en principio la lengua misma de la Ley. Y la Ley como Lengua. Su experiencia sería aparentemente autónoma, porque debo hablar esta ley y adueñarme de ella para entenderla como si me la diera a mí mismo; pero sigue siendo necesariamente –así lo quiere, en el fondo, la esencia de toda ley- heterónoma" (Derrida, 1997:58).

El cierre de la crónica no da respuestas, sino que la propia subjetivación del texto se convierte en un agenciamiento que genera reflexión sobre qué habría pasado si Reina hubiera hablado español, y si esas herramientas para defenderse habrían sido suficientes para apagar todas las vulnerabilidades que personifica en su cuerpo: ser mujer, boliviana, indígena, analfabeta y migrante.

Conclusión

Por su condición, tanto Ale como Reina son una metonimia de cómo el fenómeno generalizado de la migración es parte de la crisis sistémica de la globalización que impacta irresolublemente en un proceso de fractura social en la actualidad. La desaparición del cronista para lograr revelar este fenómeno no se encuentra en la prosa (en la que la presencia del autor es evidente) sino en la forma extendida en que se realiza el reportaje a través de un trabajo de campo largo que consiste más en el arte de mirar que en el arte de hacer preguntas, lo que permite generar con el tiempo, con muchísima paciencia, las condiciones para crear una subjetivación que realmente permita reflexionar sobre problemáticas globales a partir de ejemplos locales. A Leila Guerriero, escribir el texto le requirió de una docena de encuentros con Ale. A Nathalie Iriarte, le exigió dos años de investigación y una docena de entrevistas con Reina.

En ambas crónicas queda evidente que las condiciones de posibilidad de representación política contemporánea, como la alteridad, la diferencia, la diversidad o la multiculturalidad, no generan condiciones de disenso como una forma de enunciación que favorece el carácter crítico de la democracia, sino que producen una zona de indefinición que es ocupada por las lógicas del conflicto y la producción de violencia sistémica que, en términos sociales y económicos se efectúa como precarización de la existencia. En ambas, la subjetivación autoral sirve para explorar la siguiente paradoja de los regímenes políticos democráticos: al mismo tiempo que normalizan la subjetividad (el migrante chino que pone un supermercado, la migrante boliviana que se somete a las leyes argentinas), producen formas de violencia y exclusión donde el no dominio del idioma produce imaginarios que generan formas del control social sobre los individuos, de acuerdo al principio de vidas prescindibles o nula vida.

En ambos textos queda evidente que el régimen dominante, el capitalismo tardío o la globalización, ha producido formas de administración de las singularidades, de forma que el control de los individuos considerados "diferentes" y de sus afectos se produce mediante sistemas imaginarios y simbólicos ya sea por las formas económicas, por los regímenes culturales de representación o por los modos jurídicos y políticos de enunciación. Estas formas, legitimadas desde el poder, producen exclusión (Spivak, 2013), que es, en todos los casos, un asunto inseparable de lo político.

El escritor de no ficción no es Dios. Cuando narra, no crea el mundo, no especula, no funde varias percepciones, no fabrica sucesos, atmósferas, personajes. Su tarea es mucho más terrenal: a diferencia del novelista,

desecha la tentación de inventar un mundo con reglas propias, porque lo que hace es encontrar sentido en la realidad que tiene delante. En los casos de las crónicas analizadas, las cronistas se dejan permear a través de la reportería larga y de la reflexión de su propia posición en la sociedad. El texto, aunque se apegue a la realidad (aunque sea veraz, aunque sea verosímil) nunca es la realidad misma ni contiene la verdad absoluta; sin embargo, en cuanto subjetivación evidencia cómo la movilidad humana y los flujos migratorios pueden interpretarse como un síntoma de la debilidad de las instituciones democráticas y de la existencia de la así llamada exclusión institucionalizada respecto de las poblaciones migrantes.

Bibliografía

- Agamben, Giorgio. *Homo Sacer. El poder soberano y la nula vida*. Valencia: Pre-textos, 2003.
- Badiou, Alain. *El ser y el acontecimiento*. Buenos Aires: Manantial, 2005.
- Derrida, Jacques. *El monolingüismo del otro*. Buenos Aires: Manantial, 1997.
- Fanon, Frantz. *Los Condenados de la tierra*, México: Fondo de Cultura Económica, 1961.
- Forster, E. M. *Aspectos de la novela*. Madrid: Debate, 2000.
- Guerrero, Leila. "El amigo chino" en *Frutos extraños*. Buenos Aires: Aguilar, 2009, pp. 149-164.
- Iriarte Villavicencio, Nathalie "La Reina de Los Hornos" en *VVAA. Cotidianidades. Historias reales de cronistas noveles*. Santa Cruz: Universidad Evangélica Boliviana y Fundación Pedro y Rosa, 2014, pp. 25-40
- Mbembe, Achille. "Necropolitics" en *Public Culture* 15, no. 1, 2003, pp. 11-40.
- Olgivie, Bertrand. *El hombre desechable. Ensayo sobre las formas de exterminio y la violencia extrema*. Buenos Aires: Nueva visión, 2013.
- Spivak, Gayatri Chakravorty. *En otras palabras en otros mundos. Ensayos sobre política cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2013.

A cobertura jornalística como “ato presencial”

El ejercicio del periodismo como “acto presencial”

The journalistic coverage as “act in the place”

Zélia Leal Adghirni

zeliadghirni@gmail.com

Professora associada da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), instituição na qual atuou como docente e pesquisadora durante mais de duas décadas. Doutora em Ciências da Informação e da Comunicação pela Universidade de Grenoble III, realizou estágio de pós-doutorado na Universidade de Rennes I (ambas na França). Tem se dedicado, nos últimos anos, à pesquisa no campo da sociologia do jornalismo. Atua, também, como consultora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), além de realizar trabalhos como tradutora. Tem vários artigos publicados em revistas especializadas no Brasil e no exterior. Exerceu funções de jornalista no Brasil, na França e no Marrocos durante cerca de 20 anos.

Resumo

A prática do jornalismo como “ato presencial” do jornalista na cobertura de conflitos internacionais marca a diferenças dos relatos jornalísticos. Partimos do princípio de que as narrativas dos correspondentes que expressam posições e subjetividades revelam uma visão singular dos fatos. Diferentemente dos relatos das agências de notícias escritas segundo as normas determinadas pelo mercado da mídia, os textos dos enviados especiais ou correspondentes que escrevem para seus veículos de origem são elaborados para dar sentido às ocorrências. Acreditamos que estes exercitam os cinco sentidos dos jornalistas preconizados por Kapucinsky: estar, ver, ouvir, compartilhar e pensar. A narrativa não é uma mera descrição dos fatos, mas uma maneira de pensá-los. A presença do jornalista no lugar onde os fatos acontecem, além de servir de testemunho, ultrapassa a descrição dos próprios fatos.

Palavras-chave: jornalismo; subjetividade; narrativas.

Resumen

El ejercicio del periodismo como “acto presencial” del periodista en la cobertura los conflictos internacionales marca la diferencia en los relatos periodísticos. Partimos del principio de que las narraciones de los corresponsales que expresan y subjetividades revelan una visión singular de los hechos. A diferencia de los relatos de las agencias de noticias, escritas siguiendo las normas determinadas por el mercado de los medios de comunicación, los textos de los enviados especiales o corresponsales escritos para sus medios de origen están pensados para dar sentido a los hechos. Creemos que estos ejercitan los cinco sentidos periodísticos recomendados por Kapuscinsky: estar, ver, oír, compartir y pensar. La narración no es una mera descripción de los hechos, sino una forma de pensar en ellos. La presencia del periodista en el lugar de los acontecimientos, además de servir de testimonio, va más allá de la descripción en sí.

Palabras clave: periodismo; subjetividad; narrativas.

Summary

The journalism practice as “act in the place” that belongs to the journalist in the international conflicts coverage marks the differences of journalistic reports. First of all, the correspondent’s narratives that express positions and subjectivities reveal a singular view of the facts. Different from the reports of news agencies, written according to certain standards by the media, the correspondents texts are elaborated to make sense of events – they are sent or written for their communication vehicles of original source. We believe that these texts express the five senses of journalists recommended by Kapucinsky: be, see, hear, share and think. The narrative is not mere facts description, but another way to think about them. The presence of the journalist in the place where the facts happen, are useful to be testimony and exceeds the description of the facts.

Keywords: journalism; subjectivity; narrative.

Introdução

As rotinas produtivas do jornalismo, alteradas pela introdução das tecnologias digitais, sugerem, de fato, que a presença do jornalista no local dos fatos não é indispensável. É prática recorrente nas redações a cobertura dos acontecimentos à distância, diante de uma tela de computador, a partir do uso de ferramentas que permitem visualizar, entrevistar e checar fatos longe dos olhos e do coração do repórter. Por meio de aplicativos de fácil utilização, sistemas automáticos e robotizados são acionados para produzir o que se chama de “jornalismo de dados”.

A “recortagem” substituiu a reportagem, costuma-se dizer nas redações, em tom de brincadeira. Desde que a expansão da internet permitiu a produção e a divulgação da notícia em rede, os jornalistas vêm renunciando (ou têm sido obrigados a renunciar) a uma de suas mais nobres funções: dar testemunho dos fatos, estando presentes de corpo e alma lá onde os fatos acontecem. Ou seja, o novo modo de produção pretende suprimir o “ato presencial” de que nos fala Cremilda Medina⁷¹. Ao longo de sua trajetória profissional, entre a academia e as redações, ela vem defendendo a necessidade da presença do repórter no momento e no local em que se pode estabelecer a “relação dialógica” ou o “diálogo possível” (Medina, 2008b). É na apuração dos fatos que o acontecimento vai se tornar notícia e produzir sentidos. Tarefa insana e cotidiana. Como no mito de Sísifo, o jornalista carrega as pedras para o topo da colina durante o dia, mas elas rolarão novamente na manhã seguinte, e ele terá de recomeçar a construção da pirâmide (invertida) da notícia, em ordem decrescente, do mais ao menos importante. Longe da impossível objetividade preconizada nos manuais de redação, é nesta hora que irá ordenar o caos com inteligência e sensibilidade, construindo a narrativa do cotidiano.

Todos os cursos de jornalismo adotam currículos adaptados para o exercício e para a prática do jornalismo na própria universidade, antes de introduzir o aluno no sistema de mercado. Oferecem aulas de redação jornalística, oficinas de texto, análise e opinião de conteúdos e, principalmente, laboratórios de jornalismo dotados de equipamentos de informática de última geração. Tanto nas universidades públicas quanto nas privadas, exige-se muito cedo o domínio das ferramentas para a prática do jornalismo multimídia. Escrever, editar, diagramar, fotografar e filmar são tarefas indispensáveis para o exercício profissional. E ainda dominar as formas de divulgação das notícias em todas as suas plataformas, do papel ao digital, incluindo as redes sociais, como Facebook, Instagram e Twitter. Em qualquer tela, seja do computador, do tablet, do smartphone ou da TV. Mas, diante de tantos desafios, de que talvez nem Clark Kent desse conta, o aluno deverá ser capaz de realizar simultaneamente, ou por etapas, aquilo que se espera dele nas redações, lugar em que a mão de obra veterana foi substituída pela geração digital.

A incorporação de ferramentas tecnológicas certamente representa um avanço na prática jornalística contemporânea e reduz consideravelmente os custos operacionais do negócio jornal. Mas não se pode generalizar. Não serve para todos os casos. Não serviria para o estudante da Universidade de Brasília (UnB) que se apresentou ao jornal *Correio Braziliense*, em seu primeiro dia de estágio, e recebeu como pauta a indicação: “Fazer a cobertura de uma partida de futebol entre times secundários de segunda divisão”. Qual, então, não foi a surpresa do editor, quando o novo estagiário perguntou, espantado: “Mas preciso ir até lá? Não posso fazer a cobertura pela internet?”.

Para aquele aluno, toda produção e divulgação da notícia poderia ser feita on-line, sem se deslocar da redação, assim como muitos alunos de jornalismo pensam. Na maioria das vezes, é impossível conceber o exercício do jornalismo sem a presença do jornalista *in loco*. Não há jornalismo sem jornalistas, nem antes nem depois da era digital. Porque, para haver jornalismo, é necessário o uso dos cinco sentidos do jornalista preconizados por Kapuscinski (2003): estar, ver, ouvir, compartilhar e pensar.

⁷¹ As considerações aqui mencionadas foram sistematizadas por Medina no texto “Por que defendo o ato presencial”, ainda não publicado.

Os cinco sentidos de Kapuscinski

Repórter de guerra, correspondente internacional, autor de vários livros e professor da Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (a escola de jornalismo fundada por Gabriel García Márquez, em 1995, em Cartagena das Índias, na Colômbia), Ryszard Kapuscinski considera o jornalismo como um gênero literário e afirma que a crônica e a reportagem são formatos ideais para contar histórias que também são notícias.

Nesta época em que a informação flui como um oceano que se perde de vista, acreditamos que aquilo que está chamado a se destacar, manter-se e dignificar um ofício que parece extraviado em meio a tantas mudanças, são os relatos jornalísticos bem contados a partir de uma perspectiva de autor onde se combina um trabalho cuidadoso de reportagem e investigação com um olhar e uma voz independente e criativa para dar forma histórias que não somente busquem representar, mas também explicar a realidade (Kapuscinski, 2003, p. 42, tradução nossa).

Com essas palavras, o autor corrobora o pensamento de Medina a respeito do ato presencial. *Estar* presente é o primeiro mandamento. Em seguida, *ver* (olhar, enxergar, observar). Depois, é preciso *ouvir* (escutar, compreender). Três verbos que devem ser conjugados na origem da confecção jornalística.

Compartir e pensar seriam as etapas finais do ato presencial. O repórter não está sozinho na cena do acontecimento. Seja na cobertura do jogo de futebol ou na cobertura de guerra. Ele vê, ouve, conversa, entrevista, interage. E, finalmente, pensa sobre tudo o que presenciou. Pensa por si, como ser autônomo, como testemunha, como autor de narrativas, e pensa em como levar o leitor/ouvinte/espectador a pensar. Sem o pensamento, o ato seria presenciado por uma testemunha cega e muda.

Correspondentes internacionais são o mais claro exemplo da singularidade do olhar de corpo presente. Em artigo que escrevi sobre o tema, tempos atrás (Adghirni, 2013a), já havia anotado que é pelas narrativas dos correspondentes que o singular aflora. O fato de Hannah Arendt ter comparecido ao julgamento de Adolf Eichmann, em Jerusalém, como repórter da revista *New Yorker*⁷², fez toda a diferença para narrar fatos de grande relevância para a humanidade (Arendt, 1999).

As memórias de Joel Silveira, como correspondente de guerra junto aos soldados brasileiros na Itália, são outro exemplo fundamental para justificar nossa visão de que o olhar do correspondente é singular. Não apenas modifica o sentido da notícia como modifica o próprio jornalista. “Fiquei 20 anos mais velho”, disse Silveira, a Geneton Moraes, no documentário para a *Globo News* intitulado “Garrafas ao mar: a víbora manda lembranças”.

O correspondente projeta expectativas, analisa, recua, envolve-se e distancia-se para construir seus relatos. Vejamos trechos de livros e de reportagens escritos por jornalistas em missão de cobertura no exterior. São temas e momentos diferentes, em diferentes lugares. Mas todos refletem a posição do correspondente a partir de um ângulo de visão singular da realidade.

Começamos pelas palavras de Cláudia Trevisan, quando correspondente de *O Estado de S. Paulo* na China, sobre suas expectativas em relação à ida àquele país:

Quando embarquei em direção a Pequim no dia 19 de março de 2004 tinha uma ideia bastante vaga do que encontraria do outro lado do mundo depois de quase trinta horas de viagem, incluindo uma escala em Amsterdã. Sabia que estava me mudando para um país onde o superlativo parece dar a medida de todas as coisas: o mais populoso do mundo, o que cresce mais rapidamente e o que se transforma da maneira mais radical já vista em tempos recentes. Tinha bem delineado o contorno do país, em infundáveis estatísticas, mas não conseguia ver sua substância e muito menos como seria um dia depois do outro na China (Trevisan, 2006, p.15).

⁷² A matéria foi publicada numa série de cinco reportagens, posteriormente condensadas no livro *Eichmann em Jerusalém: um relato sobre a banalidade do mal*.

Samy Adghirni, quando correspondente da *Folha de S.Paulo* no Irã, sobre a execução, por enforcamento em praça pública, de dois prisioneiros iranianos:

O silêncio se instala quando os homens de capuz preto acomodam cada um dos condenados no alto dos patíbulos, improvisados na çaçamba dos caminhões com tambores de combustível. O alto falante agora entoava suratas (versículos) do Corão. Mãos amarradas nas costas, o primeiro condenado mexe a cabeça até conseguir beijar a corda em seu pescoço. O segundo ergue a cabeça e grita: Sou inocente, abaixo o regime dos mulás, repete três vezes, gerando um tenso frisson (Adghirni, 2012, p. 6).

Andrei Netto, quando correspondente de *O Estado de S. Paulo*, no momento em que foi preso e estava prestes a ser executado na Líbia, ao fazer a cobertura da “primavera árabe”.

Então fui assaltado pela impressão de que meu destino poderia estar selado, e que eu viraria mais um corpo atirado ao deserto, desaparecido para sempre [...]. Me preparei para a execução, sentindo uma tristeza imensa. [...] Nesse instante eterno, me senti só. Um buraco se abriu em meu peito e fui invadido por um vazio profundo [...] sabia que, se acontecesse, seria ali, rápido, sem torturas, sem sofrimento. Lamentei a dor eventual de minha família e das pessoas mais importantes de minha vida [...] mas não lamentei nada além do sofrimento alheio nem me arrependi das decisões que tomara. Me senti digno e seguro de minhas escolhas, de todas. E tive certeza de que assumiria todos os riscos de novo, sem hesitar, porque aqueles riscos fazem parte da vida que escolhi (Netto, 2012, p. 191).

E, para finalizar, a descrição feita por Joel Silveira sobre um menino morto que viu durante o “Bogotazo”, a revolta popular colombiana que se seguiu à morte de um líder popular, em 1948:

Estive no Cemitério Central de Bogotá, em afazer de repórter, para ter uma ideia aproximada do saldo de mortos deixado pela explosão popular. Nunca, em toda minha vida, nem mesmo nos meses de guerra, estive diante de mortos tão mortos. Somente aquele menino – não mais de oito anos – morrera cândido, de olhos abertos, um começo de sorriso nos lábios. Os olhos vazios fixavam o céu de chumbo. As mãos de unhas sujas e compridas pendiam sobre a laje dura – como os remos inertes de um pequeno barco. Um funcionário qualquer aproximou-se, olhou por alguns segundos o menino morto, procurou sem achar alguma coisa que ele deveria trazer nos bolsos. Tentou em seguida fechar com os dedos os olhos abertos, mas não conseguiu. Abertos e limpos, os olhos do menino morto pareciam maravilhados com o que somente eles viam, com o que queriam ver para sempre⁷³.

Mediação digital

“Como eliminar o trânsito pelo mundo natural e substituí-lo exclusivamente pela mediação digital?”, pergunta Medina (2008a, p. 98). A autora afirma que “nem a busca de informações nos registros, na bibliografia e nos acervos da memória coletiva ou banco de dados esgota a amplitude informativa e acima de tudo o inusitado que a interlocução corpo a corpo oferece”.

Medina contesta o que chama de “paradigma tecnicista” e critica a entrevista por e-mail. Mas a realidade das rotinas produtivas do jornalismo hoje revela que existem muitos mais *jornalistas sentados* do que *jornalistas de pé*. Refiro-me à terminologia francesa (reconhecida nos estatutos profissionais, sindicais e empresarias) para distinguir o jornalista que apura e redige a partir da redação, em relação ao jornalista que vai à rua em busca de informações (Pereira, 2004). A categoria dos *jornalistas de pé*, quase em extinção, inclui a elite dos repórteres que praticam o jornalismo investigativo e os correspondentes internacionais.

O *jornalista sentado* utiliza as técnicas e as ferramentas instaladas nas redações em que predomina a cobertura via consulta de outros sites de notícias, de empresas concorrentes ou não. As grandes empresas de mídia,

⁷³ Trecho extraído do documentário realizado por Geneton Moraes, para a *Globo News*, intitulado “Garrafas ao mar: a víbora manda lembranças”.

que operam em diversas plataformas, tornam-se, às vezes, competitivas dentro do mesmo núcleo. Isto é, o jornalista do impresso concorre com a versão digital do mesmo veículo, pois, antes de ver sua matéria publicada no jornal do dia seguinte⁷⁴, ela já foi publicada no site – o que não invalida a matéria, mas a desvaloriza, porque já “envelheceu”.

Não se pode ignorar que meios como a internet permitem checar, em segundos, datas, nomes e outras informações factuais. Basta “dar um Google” para receber uma enxurrada de informações das mais variadas procedências sobre o fato ou o objeto que se procura investigar. O jornalismo de dados é considerado um dos maiores avanços em termos de cobertura digital. Graças a aplicativos criados especialmente para estes fins, principalmente para informações do mercado financeiro, basta um clique e a notícia vem pronta.

De qualquer forma, as redações de jornais continuam gerando e processando conteúdos para as mídias eletrônicas e para outros sites. Sem licença autoral ou contratos formais para compartilhamento de conteúdos, centenas de sites, no Brasil e no mundo, praticam a desonestidade cotidiana de se apropriar do trabalho alheio, sem ao menos citar a referência ou a fonte de origem. Porém, é verdade que grandes empresas jornalísticas, como *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, que também possuem agências de notícias, distribuem conteúdo para outros jornais, mediante pagamento de assinatura.

O jornalismo de dados

O jornalismo de dados pode ser um bom guia para desenvolver e aprimorar uma reportagem. Mas há jornais, principalmente nos Estados Unidos, capazes de construir uma reportagem completa sem jamais recorrer a uma fonte viva.

De acordo com a *Wikipédia*,

Jornalismo Guiado por Dados (Data-Driven Journalism) é o processo de obtenção, construção, filtragem, análise e apresentação de bases de dados, com o objetivo de gerar notícias. Trata-se de uma prática derivada do Jornalismo de Precisão, proposto por Philip Meyer na década de 1970, e da Reportagem Assistida por Computador (RAC) ou Computer-Assisted Reporting (CAR). Através da coleta de dados, usando técnicas das ciências sociais, e da análise de bases de dados, essa especialidade do jornalismo busca introduzir elementos do método científico na rotina produtiva das notícias, o que, argumenta-se, resultaria em maior objetividade e exatidão no noticiário⁷⁵.

A *Folha de S.Paulo* publicou, recentemente, em sua página de treinamento de estagiários, a indicação de ferramentas que ajudam na apuração jornalística e permitem a extensão dos navegadores. São ferramentas para buscar informações nas redes sociais com algumas palavras-chave, pesquisando em sites como Twitter, Vine, YouTube, Instagram e Spokeo. Pelo Google Translate, é também possível selecionar um trecho do texto e obter automaticamente a tradução. Ou seja, alguns jornais já incorporam o uso da busca de dados on-line à formação dos novos jornalistas em treinamento. A ideia é reunir gráficos, planilhas, imagens e montar uma matéria autoexplicativa, citando fontes, mas não necessariamente fontes de viva voz.

De um modo geral, no Brasil, a coleta de dados é realizada automaticamente, por meio de fontes públicas, processo amparado pela Lei de Acesso à Informação.

Uma rápida pesquisa no Google sobre a expressão “jornalismo de dados” basta para constatar o quanto a técnica é utilizada, elogiada e/ou criticada por jornalistas, pesquisadores e empresários de mídia.

Em uma série de entrevistas realizadas para uma pesquisa sobre a presença do jornalista sênior nas empresas de mídia (Adghirni, 2013b), identifiquei que a maioria deles considera prejudicial ao “bom jornalismo” o uso

⁷⁴ Não nos esqueçamos que o jornal impresso ainda trabalha com notícias de “hoje” que vão ser publicadas “amanhã”.

⁷⁵ Trecho extraído do verbete “Jornalismo Guiado por Dados”. Recuperado em 26 de janeiro, 2016, de https://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo_guiado_por_dados

excessivo do jornalismo de dados e a cobertura “sentada”. Segundo eles, essas práticas favorecem a preguiça mental e a superficialidade.

Curadoria de conteúdos

Na luta pela sobrevivência do jornalismo e na disputa pela busca de leitores, novas maneiras de gerar notícias vão surgindo, fomentando a ideia de que o jornalismo é uma invenção permanente (Adghirni e Ruellan, 2010).

Instalado no Brasil em janeiro de 2014, em parceria com a Editora Abril, o *Huffington Post* (agora, *Brasil Post*) foi pioneiro de um modelo de jornalismo on-line que agrega conteúdos de outras origens às notícias de produção própria. Em vez de montar grandes redações, com centenas de jornalistas, a milionária greco-americana Arianna Huffington investiu na ideia de compartilhamento de conteúdos gerados por outros sites noticiosos já estabelecidos no mercado da informação. O site optou pelo investimento em tecnologia para fazer curadoria e replicar notícias produzidas por terceiros. Celebidades do mundo da moda, do cinema, das artes e do jornalismo, oriundos de diferentes países, têm blogs no *Huffington Post*, sem receber qualquer remuneração. O objetivo é dar visibilidade a famosos que ampliam a própria fama e a audiência do jornal, ao trazerem para a tela ideias que repercutem nas redes sociais. Os blogs atraem cliques, que atraem publicidade, que atraem leitores, que são atraídos por celebridades. Com essa fórmula, já ultrapassam a audiência dos maiores jornais nos países em que operam.

A fórmula de sucesso começou nos Estados Unidos, em 2005, e foi se expandindo, para montar equipes próprias nas principais cidades do mundo. Por exemplo, a redação no Rio de Janeiro funciona com uma equipe de jornalistas que não estão em busca do furo, mas de tratar as notícias já existentes a partir de um olhar particular, entre a ironia, a crítica ou o apoio militante declarado, segundo os próprios jornalistas.

Em maio de 2015, tive a oportunidade de dividir uma mesa de debates com meu ex-aluno e hoje editor-chefe do *Brasil Post*, sucursal brasileira do *Huffington Post*, o jornalista Diego Iraheta, durante evento promovido pela Universidade Positivo, em Curitiba, Paraná⁷⁶. Ele defendeu veementemente o modelo de jornalismo implantado, cujo grande diferencial, em sua opinião, é assumir posições claras a respeito de temas polêmicos, como homossexualidade, aborto, casamento gay, direitos das minorias e outros assuntos em pauta na grande mídia.

Nessa concepção, e segundo a lógica do novo modelo de negócios, não há por que ter repórteres na rua, se as autoridades estão on-line, se há milhares de informações disponíveis circulando nas redes sociais e se o próprio cidadão é capaz de produzir conteúdos. Diante da abundância do ecossistema de informação, capaz de jorrar informação em fluxo contínuo, por que mobilizar recursos humanos nas ruas?

Segundo Iraheta, o *Brasil Post* é uma espécie de “mix” de notícias, uma montagem de pedaços de textos de diversas matérias de outros veículos. Mas não é plágio, ele afirma. São notícias linkando e atribuindo as referências de origem do “mix” de informações. Nesse modelo, o jornalista é um curador de conteúdo, que se abastece nas redes sociais, nas assessorias e na produção de conteúdos pelo cidadão. “O jornalista, hoje, é aquele que sabe procurar pautas nas redes sociais, na super teia da web”, defende Iraheta.

Se esse tipo de site atinge grandes audiências, é preciso procurar entender o que aconteceu com o consumidor de notícias na sociedade brasileira de hoje.

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015⁷⁷, 48% dos brasileiros usam a internet e ficam cinco horas conectados por dia (tempo superior ao gasto com a televisão). Desses, 92% estão conectados por meio de redes

⁷⁶ Trata-se da mesa “Jornalismo digital e as novas práticas jornalísticas”, realizada durante a II Jornada de Jornalismo Digital (4 a 6 de maio de 2015).

⁷⁷ Recuperado em 20 de março, 2016, de <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp (58%) e o YouTube (17%).

Ainda segundo a pesquisa, 67% dos que acessam a internet estão em busca de notícias. Mas não se trata da notícia tradicional, como as que preenchem as páginas dos jornais. Os internautas querem receber, compartilhar e participar.

Há, por conta disso, pesquisadores debatendo o que chamam de “facebookização” do jornalismo, uma vez que cerca da metade da população brasileira tem acesso à internet (os outros 50% estão na área de exclusão digital) e, desse montante, mais de 80% se informa pelo Facebook.

Surge, então, a pergunta: onde está o jornalismo?

A banalização do jornalismo pelas redes sociais faz com que o Facebook seja utilizado como fonte e como pauta pelos jornais, digitais ou impressos. Já existem até especialistas em Facebook e Twitter.

No início da década de 2000, quando pesquisadores de diversas universidades brasileiras e estrangeiras estudavam o impacto da internet na produção e na distribuição da notícia – meu tema de pesquisa de pós-doutoramento, realizado na Universidade de Rennes I, na França –, falava-se em jornalismo “participativo” e “cidadão”. A promessa idílica era a de que a sociedade não seria mais refém das grandes mídias elitistas. Cada um poderia fazer seu próprio jornal. Ou enviar suas próprias notícias e fotos para os grandes jornais de circulação nacional. Alguns canais de TV e jornais chegaram a lançar produtos na base da colaboração cidadã. Não demorou muito para se constatar que jornalista é jornalista e que fonte é fonte. Ou seja, diante da informação que jorra em fluxo contínuo na web, somente o jornalista é capaz de organizar o caos. A geração e a seleção de conteúdos com critérios e valores do jornalismo historicamente construídos necessitam do jornalista para garantir credibilidade as mídias.

Para se adaptar aos novos tempos, em busca da sobrevivência do jornalismo e diante da crise do modelo de negócio empresarial da notícia, os jornais passaram por diversas fases. Muitos quebraram. Outros morreram no papel para nascer em versão digital, como o *Jornal do Brasil*. Outros se renovaram. Primeiro, dividiram as redações entre os jornalistas on-line e os jornalistas do impresso. Depois, voltaram a integrar as equipes, modelo que prevalece hoje. As notícias são captadas das mais diferentes formas, mas, mesmo para operar com robôs, as empresas descobriram que não podem prescindir dos jornalistas. Redistribuíram as funções, demitiram centenas de profissionais⁷⁸, contrataram “dois por um” (salário de um sênior valendo pelo menos o dobro de um júnior), copiam e colam notícias geradas pelas mídias das fontes (instituições públicas e privadas que criaram seus próprios veículos), mas descobriram que sem jornalistas não faz jornal.

A substituição de jornalistas veteranos por jornalistas jovens faz parte da troca de gerações de profissionais em todas as áreas no mercado de trabalho. Mas a substituição de jornalistas por sistemas operacionais automáticos de produção de notícias representa um risco para a qualidade e para a credibilidade do jornalismo. Afinal, o jornalista é mais do que um produtor de conteúdos para abastecer as turbinas da informação. *Profissão jornalista: responsabilidade social* é o título de um livro de Medina (1982), que, já nos anos 1980, alertava para a importância do papel do jornalista na sociedade.

Considerações finais

A narrativa não é uma mera descrição dos fatos, mas uma maneira de pensá-los. A presença do jornalista no lugar onde os fatos acontecem, além de servir de testemunho, ultrapassa a descrição dos próprios fatos. Pela obra de grandes jornalistas que foram correspondentes de guerra, como Ernest Hemingway e Robert Fisk, os registros vão além dos acontecimentos para se entrelaçar com a história e a literatura. A experiência de narrar

⁷⁸ Segundo dados da Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj), 1.230 profissionais da categoria foram demitidos, no Brasil, em 2015.

histórias que produzem sentidos contém sua própria singularidade.

O jornalismo é um conhecimento do mundo que não tem base na universalidade, mas na singularidade, e também é uma forma social de conhecimento – mas não de um conhecimento qualquer, é um conhecimento cristalizado no singular. Ao propor a singularidade como uma teoria do jornalismo, Adelmo Genro Filho (1987, p. 90) sugere que o jornalismo é uma forma social de conhecimento diferenciado da ciência e da arte: não pretende que os fatos narrados tenham caráter de verdade universal nem que sejam repetidos para se tornar verdade científica.

Segundo Medina (2006, p. 84), não há uma verdade absoluta no universo simbólico, mas um processo de conflito de verdades: “A máxima conservadora do marketing jornalístico – a busca imparcial da verdade – cai por terra nessa consciência profissional. Ao agente da cultura chamado jornalista cabe produzir narrativas atravessadas por contradições, embates de visão do mundo, incertezas, interrogações”.

Para concluir, vamos retomar uma reflexão já desenvolvida em artigo anterior sobre o papel dos correspondentes internacionais: em todos os tempos, atravessando a história, as narrativas jornalísticas registraram a singularidade do mundo pelo olhar dos jornalistas. Para Robert Fisk (2005, p. 26), os jornalistas são as primeiras testemunhas imparciais da História. “Se há alguma razão de nossa existência, no mínimo deveria ser nossa capacidade de informar sobre a História à medida que vai acontecendo, de modo que ninguém possa dizer: Não sabíamos, ninguém nos disse nada”.

Bibliografia

- Adghirni, S. (2012). Certa manhã em Teerã. Ahmadinejad e seus guindastes da morte. *Folha de S.Paulo*, Ilustríssima, 6.
- Adghirni, Z. L. (2013a). A pluralidade do mundo na visão singular do correspondente internacional. *Intexto*, 28, 32-52.
- Adghirni, Z. L. (2013b). O jornalista sênior nas empresas de mídia. *Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, 11., Brasília, Brasil.
- Adghirni, Z. L. & Ruellan, D. (2010). O jornalismo como invenção permanente: novas práticas, novos atores. *Comunicação: Veredas*, 8, 207-222.
- Arendt, H. (1999). *Eichmann em Jerusalém: um relato sobre a banalidade do mal*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Fisk, R. (2005). *A grande guerra pela civilização: a conquista do Oriente Médio*. São Paulo: Planeta.
- Genro Filho, A. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México, D.F.: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Fondo de Cultura Económica.
- Medina, C. (2008a). *Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos*. São Paulo: Summus.
- Medina, C. (2008b). *Entrevista, o diálogo possível*. São Paulo: Ática.
- Medina, C. (2006). *O signo da relação: comunicação e pedagogia dos afetos*. São Paulo: Paulus.
- Medina, C. (1982). *Profissão jornalista: responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Netto, A. (2012). *O silêncio contra Muamar Kadafi*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Pereira, F. H. (2004). O jornalista sentado e a produção da notícia on-line no Correio Web. *Em Questão*, 10 (1), 95-108.
- Trevisan, C. (2006). *China, o renascimento do império*. São Paulo: Planeta.

Eje 2 Géneros y estilos para otro nuevo periodismo

Periodismo transmedia en España. Una oportunidad ante la crisis

Jornalismo transmedia em Espanha. Uma oportunidade antes da crise

Transmedia Journalism in Spain. An opportunity before the crisis

Juan Pablo Arrobo Agila

juanp4105@gmail.com

Doctorando en el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación conjunto de las Universidades de Sevilla, Málaga, Huelva y Cádiz. Magíster en Gerencia y Liderazgo Educativo, Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) en el 2014. Diplomado Superior en Comunicación Corporativa en el 2010 en la UTPL y Licenciado en Comunicación Social por la UTPL, 2008. Director de la Escuela de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo periodo 2013 a 2015 y docente de la misma Universidad desde el 2008 hasta la actualidad.

Javier Ruiz San Miguel

Doctor o Ph.D.

Universidad de Málaga, Facultad de Comunicación.

sanmiguel@uma.es

Licenciado en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad del País Vasco. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Director del Grupo de Investigación El proceso productivo de la imagen fija como fenómeno de comunicación de masas (SEJ 431).

Mónica Hinojosa Becerra

Doctora o Ph.D.

Universidad Nacional de Loja, Facultad de Comunicación Social.

monica.hinojosa@unl.edu.ec

Directora de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Nacional de Loja. Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga. Doctora por la Universidad de Málaga en Comunicación Audiovisual. Ha sido docente en las Universidades de Málaga y Universidad de las Américas (Quito). Gerente desde el año 2000 de la productora y centro de formación TVmedia 2 (Málaga). Docente de los cursos de experto de audiovisuales que hacen en la misma productora y agente de ventas de sus productos audiovisuales en los mercados internacionales.

Isidro Marín Gutiérrez

Doctor o Ph.D.

Universidad Técnica Particular de Loja, Departamento de Comunicación

imarin1@utpl.edu.ec

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad de Granada. Doctor en Antropología Social por la Universidad de Granada. Docente-Investigador Principal de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Miembro del Consejo Técnico de la revista científica iberoamericana de comunicación y educación «Comunicar». Miembro del Grupo de Investigación E6, Estudios Sociales e Intervención Social (SEJ-216). Director del grupo de investigación DocumentaUTPL.

Resumen

Esta comunicación presenta un recorrido sobre la situación de la industria de contenidos en España. En ella se analiza la implantación de las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), así como el uso de Internet, la situación del *crowdfunding*, la transmedia o la estrategia de 360°. Estas nuevas formas tecnológicas van a acelerar la creación de nuevos mercados de consumidores y van a generar nuevas consecuencias tanto económicas, sociales y cul-

turales que a su vez van a hacer surgir nuevas formas de subjetividad. La característica fundamental común a todas estas nuevas formas será que eliminan el espacio "real" y en ellas se anulan las limitaciones del tiempo y de la distancia. La industria de los contenidos en España está conformada por los sectores de la música, videojuegos, libros y publicaciones periódicas, el sector del cine, la televisión y la radio, todos estos tanto en su versión digital como física. Analizaremos los informes de facturación de la industria generadora de contenidos y estudiaremos el caso de las publicaciones periódicas (periódicos y revistas) y los casos de periodismo transmedia. Creemos que se está produciendo un proceso de "digitalización" de la sociedad española.

Palabras clave: Crowdfunding, estrategia 360°, periodismo transmedia, audiovisual, nuevo modelos de negocio.

Resumo

Este artigo apresenta uma visão geral sobre o estado da indústria de conteúdos na Espanha. Nela, a introdução de novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) é analisado, e o uso da Internet, a situação de crowdfunding, transmedia ou 360° estratégia. Estas novas formas tecnológicas vão acelerar a criação de novos mercados consumidores e irá gerar novos tanto econômicos, sociais e culturais consequências que por sua vez dão origem a novas formas de subjetividade. A característica comum fundamental para todas essas novas maneiras isso vai eliminar as limitações de espaço "real" e de tempo-los e distância são cancelados. A indústria de conteúdo na Espanha é composta dos setores de música, jogos de vídeo, livros e periódicos, a indústria do cinema, televisão e rádio, todos estes versão digital tanto como físico. Analisamos relatórios de faturamento, gerando indústria de conteúdo e estudar o caso de periódicos (jornais e revistas) e casos de jornalismo transmedia. Nós acreditamos que é um processo de "digitalização" da sociedade espanhola.

Palavras-chave: crowdfunding, estratégia 360, jornalismo transmídia, audiovisual, novos modelos de negócios.

Abstract

This paper presents an overview on the status of the content industry in Spain. In it the introduction of new Information Technology and Communication (ICT) is analyzed, and the use of Internet, the situation of crowdfunding, transmedia or 360° strategy. These new technological forms will accelerate the creation of new consumer markets and will generate new both economic, social and cultural consequences which in turn will give rise to new forms of subjectivity. The fundamental characteristic common to all these new ways will that eliminate the "real" space and time limitations them and distance are canceled. The content industry in Spain is made up of the sectors of music, video games, books and periodicals, the film industry, television and radio, all these digital version both as physical. We analyze billing reports generating content industry and study the case of periodicals (newspapers and magazines) and cases of transmedia journalism. We believe that it is a process of "digitization" of Spanish society.

Keywords: Crowdfunding, strategy 360, transmedia journalism, audiovisual, new business models.

Introducción

El concepto de *transmedia* está asociado con una serie de productos a la medida de las necesidades de entretenimiento de los usuarios. Una manera de extender la narrativa central de un producto audiovisual sobre múltiples plataformas tecnológicas, agregando en el proceso gran cantidad de innovaciones tecnológicas y extendiendo la vida útil de la propiedad intelectual original (Rodríguez, 2014). El concepto de *transmedia* se define como un formato de estructura narrativa, compartido de manera fragmentaria y viral por medio de múltiples plataformas y por las redes sociales, cuya principal herramienta de producción la constituyen los dispositivos móviles (*smartphones* y *tablets*) (Gosciola, 2008).

El origen de la narrativa *transmedia* inicia, con Stuart Saunders Smith, músico de profesión, el que en 1975, creó "Transmedia music". Este término era una música con instrumentos distintos, pero que al unirlos formaban una orquesta, en los años 90 conjuntamente con la manifestación de Internet (Reno y Flores, 2012). Sin embargo con la difusión de Internet esta tendencia narrativa se ha diseminado. Consideramos narrativa *transmedia* a los relatos, historias o artículos que están en distintas plataformas pero que tienen la peculiaridad de tener sentido completo e independencia. "Hablar de narración *transmedia* es hacerlo de la expansión de una misma ficción a través de diferentes medios, plataformas y soportes" (Hernández Pérez & Grandío, 2011: 927).

Además que ese conjunto de relatos unidos entre sí forma otra idea pero no se aísla del tema principal y cada lector logra entender el tema de forma autónoma. La narrativa *transmedia* tiene la característica de extender los relatos hipertextuales y generar interactividad con la audiencia por medios de la Red, utiliza las diferentes plataformas para propagarse. Carlos Scolari (2009), manifiesta que además del relato de la historia a través de diversos medios, una narración *transmedia* puede a su vez desarrollarse por medio de diferentes lenguajes (visual o escrito). En una narración *transmedia* cada fragmento contribuye a su totalidad, cada medio busca los canales adecuados para impactar en los internautas.

Una historia puede ser introducida a través de una película, expandida a través de televisión, novelas, cómics y su mundo puede ser explorado y experimentado a través de un videojuego. Pero esta misma idea puede ser utilizada en el periodismo con las noticias y artículos periodísticos. Cada producto debe ser suficiente para posibilitar su consumo autónomo (Jenkins, 2003: 101). Los productos *transmedia* son otra manera de afrontar la creación y difusión de contenidos audiovisuales. Henry Jenkins fue el creador del término *transmedia storytelling*, en su obra *Convergence Culture*. Jenkins definió *transmedia* como una historia narrativa, tan grande, que no cabe en una sola plataforma y que se expande por distintas plataformas y formatos, construyendo una narrativa envolvente, inmersiva, integradora y participativa (Jenkins, 2009).

El producto *transmedia* es una idea global, el cual contiene muchos productos dentro de esta idea que son relatos autónomos y completos pero que son expuestos en un sinfín de plataformas con el lenguaje respectivo. Cada relato es creado acorde a la plataforma y se adapta al medio, sin embargo no se aleja de la idea global. Proponer un formato de reportaje *transmedia* adecuado a la lógica de producción y circulación de información en las plataformas digitales y los dispositivos móviles es el propósito del periodismo *transmedia*. El concepto de narrativa *transmedia* se atribuye a Henry Jenkins (2009) pero también podemos remontarnos a la definición propuesta por Stuart Saunders Smith (Kinder, 1991), aunque en su caso se refería al campo de la música. Marsha Kinder (1991) llevó la idea de *transmedia* al terreno de la comunicación. George Landow (1995; 2009) aportó su noción de *hipertextualidad*, o la *poshipertextualidad* explicada por Carlos Scolari (2008).

Los contenidos *transmedia* tienen elementos comunes del universo de personajes y de la historia que se cuenta, pero con argumentos y tramas diferenciadas que se ponen a disposición de los usuarios en múltiples plataformas. Cada relato se consume de forma autónoma y no es necesario experimentarlos en su conjunto para que tenga sentido la historia; pero son complementarios. La forma en la que se plantean los contenidos *transmedia* están vinculados con la plataforma en la que se presentan, con las posibilidades que ofrezca ese medio para la interacción, y con la capacidad de generar un ecosistema de usuarios que se involucren y generen contenidos propios (Scolari, 2013).

La evolución del sector audiovisual está siendo condicionada por diferentes tendencias en el desarrollo, como la relación entre el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el audiovisual. La forma en que colaboran estos sectores en la producción de nuevos productos y contenidos es determinante para el futuro y sostenimiento del sector audiovisual. Es importante la transformación de las empresas tradicionales hacia una nueva cultura empresarial que se adapte a las nuevas necesidades del mercado audiovisual y periodístico. En este caso se abordan también temas como el diseño 360°, las estrategias de comercialización y *marketing online*, el *crowdfunding* y las nuevas formas de financiación y creación colectiva, las alianzas estratégicas para la producción audiovisual en Internet y los contenidos *transmedia* (Hernández García, 2011).

La narrativa *transmedia* implica no sólo la difusión por canales más allá de los habituales del producto (papel, cine, TV, Internet o móvil). También permite una reescritura del producto audiovisual en función del canal de difusión para aportar nuevas lecturas, nuevas interpretaciones, establecer una relación emotiva con el usuario o convertir el producto en una experiencia de impacto (Pintado Blanco & Sánchez Herrera, 2014: 237).

Un ejemplo de las ventajas de la aplicación *transmedia* a un producto lo es la campaña de *marketing* de la película de Ridley Scott, *Prometheus*, con un variado dispositivo promocional: *fanfic*, juegos de realidad, comunidades sociales, *webisodios*, proyectos interactivos o escenificación de experiencias reales (Martos Núñez

& Martos García, 2014). Las formas de consumir los productos audiovisuales y periodísticos están cambiando y obliga a los productores de contenido a extender la narrativa de sus proyectos más allá de la experiencia convencional y unidireccional.

La narrativa *transmedia* crea historias tan grandes y complejas como para no crear un único anuncio publicitario, un artículo, un reportaje, una imagen, una canción o una película. Los proyectos periodísticos basados en la narrativa *transmedia* van a utilizar la convergencia de medios para crear, a través de una coordinación entremezclada entre ellos (Hinojosa Becerra, Marín y Ruiz, 2015). Así, se van a desarrollar reportajes periodísticos multidimensionales que se captan y comprenden de forma agregada. Nunca es suficiente el seguimiento de un artículo periodístico en uno de los medios porque en él el reportaje siempre está incompleto, quedando de forma parcial. La aportación de cada medio en el nudo que se crea para relatar el artículo periodístico permite añadir siempre algo nuevo a la narración. Las potencialidades de cada medio se combinan para generar nuevas ideas y cada uno de ellos puede aportar nuevas especificidades. Se trata de un *storytelling*, entre muchas partes, en donde se narra a través de múltiples canales complementariamente. Se define como la narración de historias (*storytelling*, en inglés). Es el acto de transmitir relatos valiéndose del uso de palabras y/o imágenes, normalmente utilizando la improvisación y distintos adornos estilísticos (Sadowsky & Roche, 2013). Sólo la suma de los contenidos mostrados en todos los medios permite reconstruir la historia completa. Las historias pasan de un medio a otro con facilidad, cada plataforma aporta sus especificidades y permite atraer a un tipo distinto de comunidad, dirigirse específicamente a *targets* específicos (Sadowsky & Roche, 2013).

Martinotti prefiere hablar de *transmedia storybuilding* a hacerlo de *transmedia storytelling*. La diferencia de conceptos está en el marco de referencia de la narrativa. No se trata de narrar historias. Se trata de crear historias en los que integrar los mundos. La narrativa *transmedia* se basa en muchos mundos. En tener espacios muy grandes como para albergar las historias generadas por quien genera el mundo, la prensa en el caso del periodismo, pero también las creadas por los seguidores que conforman las comunidades de los medios sociales (Buffardi, 2013).

Martinotti recomienda que los personajes de las historias transmediáticas tengan muchas caras. Que puedan dar pie a diferentes historias, a *flashbacks*, a ampliaciones de la historia principal. Martinotti plantea la necesidad de que las historias sean de diferentes formas para atraer muchos tipos de comunidades, posibilitando así distintos puntos de entrada al mundo creado. Martinotti nos plantea un uso de la narrativa *transmedia* muy relacionada con la publicidad (Dal Fiore & Martinotti, 2006).

Martinotti defiende el fin de la intrusión en publicidad. Él da por finalizado el periodo que podría responder a una metáfora como llamar puerta a puerta para atraer usuarios. Actualmente es el cliente quien se acerca a la marca y la historia es una forma de atraer su atención. Martinotti define la historia como la distancia más corta entre dos personas, la forma más rápida y efectiva de comunicar. Advierte del cambio radical que se está produciendo en la narración. El lector que antes era sedentario ahora evoluciona hacia el nomadismo en cuanto a gustos y preferencias. Ya no son sujetos pasivos receptores de la comunicación y de noticias. Ya no podemos hablar de audiencias, de espectadores o de consumidores. Cada vez más tenemos que hablar y pensar en los *prosumidores* (Marín, 2011).

Situados en el entorno publicitario, Martinotti utiliza el término *fan*. El *fan* cree que la marca es como él, que la marca lo aprecia y lo quiere. *Fan* y marca comparten los mismos valores. La suma de ambos los hace más fuertes y los dos se enriquecen de forma mutua. Como consecuencia de esta fusión, las agencias de noticias están cambiando. El planteamiento tradicional de las noticias debe migrar, en analogía de Martinotti, de tortuga a elefante. Antes las agencias de noticias eran tortugas. Ideaban y realizaban noticias, ponían los huevos y esperaban a que eclosionaran. Su labor terminaba cuando las noticias estaban en el aire en radios y televisiones. Ahora las agencias de noticias son elefantes. Y no sólo por los periodos largos de gestación sino también por el seguimiento permanente y constante que se tiene que llevar a cabo de sus productos. Ya no es posible poner los huevos en la playa y esperar a que salgan las tortuguitas. Ahora las operaciones son constantes día

tras día. Ya no son los creadores de noticias quienes controlan las narrativas sino los *fans*. Hemos pasado de estructuras de agencias de noticias basadas en ejecuciones que pueden consistir, por ejemplo, en la creación de una noticia a campañas perpetuas. Campañas que nunca son definitivas, siempre están abiertas. El periodista está involucrado noche y día, vigilando sus noticias por Twitter o Facebook, en ellas porque ahora son los *fans* los que controlan la narrativa (Vollmer & Precourt, 2008).

Pero volviendo al tema de la narrativa *transmedia* y siguiendo con las ideas de Martinotti nos preguntamos cómo se explican las historias en este entorno. Básicamente nos encontramos con textos, *paratextos* e hipertextos. Lo primero, los textos o los documentos, son una concepción amplia de texto desde el momento que no lo restringe a un contenido textual sino que incluye en esta categoría productos como películas, episodios web, cortometrajes, videojuegos, aplicaciones interactivas o, en nuestro caso, noticias periodísticas. El texto es el fruto que transmite el contenido principal de una historia. En segundo lugar están los *paratextos*. Son los contenidos que rodean el contenido principal y se dirigen hacia él. Pueden ser *promos*, *trailers* o clips de noticias, pero también pueden ser contenidos generados por las comunidades de *fans* a través de foros, *blogs*, *Facebook*, *Flickr* o *YouTube*. Son contenidos que van desde el exterior hacia el interior del mundo creado. Son contenidos que van de la periferia al interior. La tercera parte son los *hipertextos*. Los *hipertextos* son los contenidos que nos permiten profundizar en los distintos temas. Pueden ser en videojuegos, vídeos, música, nuevos contenidos audiovisuales o noticias. A través de éstos se pueden seguir informaciones paralelas, ampliar las biografías o historias de los actores de la noticia o colocar en estos *hipertextos* todo aquello que no cabe en el artículo principal. Permiten a los lectores o *fans* profundizar en la información dada y contribuyen a incrementar el interés de los mismos. Ayuda a los lectores o *fans* a fidelizarlos (Marín, 2011).

Desarrollo. El periodismo transmedia en España

Nuestro objetivo es presentar la situación del sector audiovisual español en lo que va de década. También deseamos apuntar algunos cambios y oportunidades a los que se enfrenta. Otro objetivo es el de valorar las posibles consecuencias más inmediatas en las orientaciones a futuro.

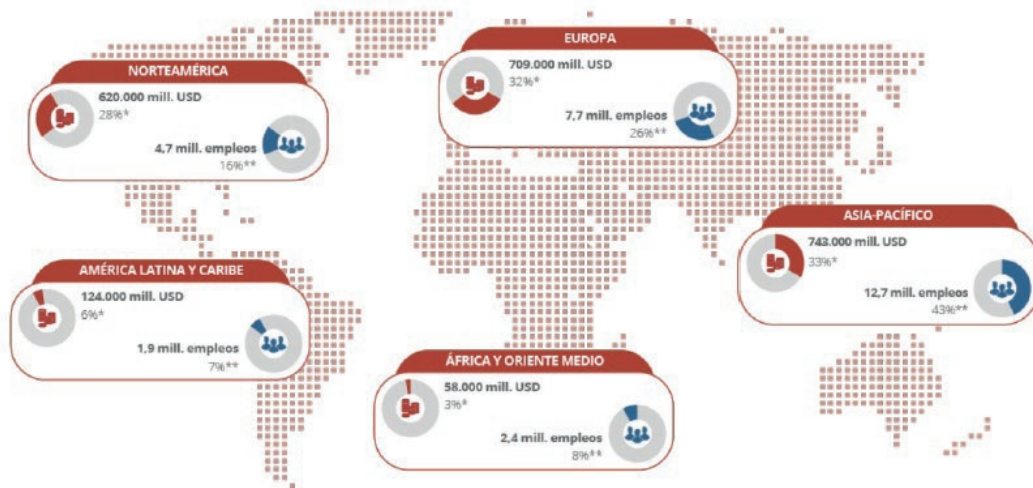
El sector del periodismo ha quedado enmarcado en el conjunto de las Industrias Culturales. Esta denominación se desarrolla a partir de los años 70 del siglo XX, para trascender la acepción de la Escuela de Frankfurt (Bolaño, 2013). En 1982 aparece el primer informe sobre industrias culturales titulado "El futuro de la cultura en juego", de la UNESCO. Las industrias culturales aportan y apunta su potencial económico y de democratización cultural. Se considera que existe industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural. La evolución de la realidad varía la definición de la UNESCO, que en 2005 considera que este tipo de industrias son las que producen y distribuyen bienes o servicios que se considera que tienen un uso o fin específico que transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener (La industria cultural y los grupos multimedia en España, estructura y pautas de distribución territorial (Gámir Orueta, 2005).

Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) tuvieron unos ingresos en el 2013 de 2.250 millones de dólares, que constituyó el 3 % del PIB mundial y 29,5 millones de empleos (equivalentes a un 1% de la población activa). Son 11 sectores culturales analizados (Arquitectura, Artes visuales, Artes escénicas, Libros, Periódicos y revistas, Publicidad, Música, Radio, Televisión, Películas (cine) y Videojuegos) en los 5 continentes, superan a los servicios de telecomunicaciones en el mundo (1.570 millones de dólares) y representan más puestos de trabajo que los de la industria automovilística de Europa, Japón y Estados Unidos en su conjunto (25 millones) (EY, 2015).

En cuanto a la contribución de las Industrias Culturales y Creativas a la economía mundial (2013) el continente que contribuye más con ingresos generados es Asia-Pacífico con el 33%, seguido de Europa con el 32% y Norteamérica. Aquellos con menores ingresos generados son Latinoamérica y el Caribe (con el 6%) y África y

Oriente Medio (con el 3%). Por otro lado en cuanto al porcentaje de empleos totales generados por las Industrias Culturales y Creativas el 43% se generan en Asia-Pacífico, el 26% en Europa, el 16% en Norteamérica, el 7% en América Latina y el Caribe y un 8% en África y Oriente Medio (EY, 2015).

Imagen 1. Contribución de las Industrias Culturales y Creativas a la economía mundial (2013)



* % de ingresos de las ICC a nivel mundial ** % de empleos totales de las ICC

Fuente: Elaborado por la Confederación Internacional de Autores y Compositores (CISAC) (EY, 2015).

En lo que a nosotros nos interesa para esta exposición son los datos de periódicos y revistas (tanto digitales como en físico) llegando a ser la tercera ICC en cuanto a ingresos con 354.000.000 millones de dólares y la sexta ICC en cuanto a generadora de empleo con 2.865.000 empleos (EY, 2015).

Imagen 2. Contribución de las Industrias Culturales y Creativas a la economía mundial por sectores



Fuente: Elaborado por la Confederación Internacional de Autores y Compositores (CISAC) (EY, 2015).

Vemos como la edición de periódicos a nivel mundial tuvo crecimiento en el periodo 2006-2007, llegando a ganarse 186.857 millones de dólares. Luego se produce un periodo de recesión de 2008-2011. Siendo la caída brusca en el año 2008 con la desaparición del 11% de las ganancias a nivel mundial. Desde el 2011 hasta la actualidad ha crecido levemente un 1,9% gracias a Internet (EY, 2015).

Imagen 3. Evolución de Industrias Culturales y Creativas en el mundo, por sectores (Tarifa de crecimiento medio 2011-2015) (Valores en millones de dólares)

Sectores ICC	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-15
Publicaciones corporativas	162.029	169.115	164.943	148.014	147.234	148.497	153.338	159.757	167.026	175.011	3,5
Edición de libros	104.061	109.569	110.072	108.499	108.691	109.480	111.593	114.047	116.650	119.229	1,9
Edición de revistas	81.481	83.321	81.756	72.575	72.618	73.060	74.949	76.908	78.977	81.565	2,4
Cine	81.104	83.081	82.159	83.415	86.222	90.622	96.399	102.675	108.851	114.759	5,9
Acceso a internet	167.353	197.923	226.457	247.249	269.927	293.597	320.945	350.963	379.471	407.871	8,6
Publicidad online	37.912	50.234	59.434	61.381	70.515	80.122	92.278	105.033	117.388	129.865	13,0
Edición de periódicos	185.592	186.857	179.320	159.693	159.746	159.614	162.752	166.514	170.711	175.670	1,9
Publicidad exterior	27.873	29.837	29.188	25.197	26.093	26.617	28.717	30.725	32.452	34.240	5,6
Radio	46.788	47.926	46.880	42.691	44.800	46.193	47.921	49.701	51.384	53.126	3,5
Industria discográfica	33.492	30.884	27.586	25.393	23.440	22.111	21.755	21.653	21.799	22.127	-1,1
Publicidad en TV	158.198	163.622	166.249	154.094	169.787	175.402	192.978	202.643	224.474	232.697	6,5
TV de pago	154.183	167.943	179.838	191.699	203.083	217.990	234.417	250.682	267.652	285.219	7,0
Videojuegos	34.108	42.944	51.736	52.635	55.530	59.293	64.223	69.693	75.687	82.436	8,2

Fuente: Global Entertainment and Media Outlook 2011-2015 (EY, 2015).

En España, las tendencias son similares a las mundiales, con más profundos retrocesos y avances atemperados. Con mayor crecimiento en subsectores relacionados con Internet (Publicidad *online* y Acceso a Internet). Las industrias se están adaptando al entorno de la Red y han logrado un aumento de ventas de contenidos. Éste es el sector de las industrias el que tira de los beneficios (síntoma de la digitalización de la sociedad). Los principales responsables del aumento de ingresos de las industrias son los derivados digitales.

Vemos como la edición de periódicos en España tuvo crecimiento en el periodo 2006-2007, llegando a ganarse 4.334 millones de dólares. Luego se produce un periodo de recesión de 2008-2011. Siendo la caída brusca en el año 2008 con la desaparición de casi el 14% de las ganancias a nivel español. Desde el 2011 hasta la actualidad ha crecido levemente un 0,6% (EY, 2015).

Imagen 4. Evolución de Industrias Culturales y Creativas en España, por sectores (Tarifa crecimiento medio 2011-2015) (Valores en millones de dólares)

Sectores ICC	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2011-15
Publicaciones corporativas	2.213	2.338	2.296	2.022	1.861	1.778	1.737	1.738	1.756	1.781	-0,9
Edición de libros	4.035	4.139	4.220	4.092	3.995	3.945	3.937	3.972	4.028	4.098	0,5
Edición de revistas	1.642	1.713	1.558	1.229	1.218	1.233	1.257	1.282	1.312	1.341	1,9
Cine	1.273	1.273	1.179	1.200	1.158	1.226	1.346	1.445	1.545	1.638	7,2
Acceso a internet	3.788	4.522	5.128	5.355	5.966	6.379	7.006	7.725	8.483	9.597	10,0
Publicidad online	413	643	831	872	1.053	1.233	1.407	1.588	1.760	1.939	13,0
Edición de periódicos	3.896	4.334	3.747	3.213	3.114	3.067	3.068	3.091	3.140	3.213	0,6
Publicidad exterior	701	753	686	531	521	531	550	570	590	610	3,2
Radio	844	898	851	712	696	709	726	743	762	780	2,3
Industria discográfica	744	400	362	299	268	245	224	212	205	201	-5,6
Publicidad en TV	3.826	4.163	3.727	2.910	2.968	3.034	3.166	3.260	3.454	3.583	3,8
TV de pago	2.494	2.620	2.740	2.622	2.667	2.777	2.929	3.140	3.350	3.578	6,1
Videojuegos	982	1.243	1.378	1.244	1.289	1.353	1.425	1.512	1.597	1.716	5,9

Fuente: Global Entertainment and Media Outlook 2011-2015 (EY, 2015).

La explotación 360° de los contenidos es una importante innovación comercial que responde a los gustos y hábitos de consumo de los lectores. Una de las técnicas utilizadas es el transmedia storytelling, comentado anteriormente, que busca introducir al lector de noticias en un universo contando la noticia a través de varios formatos y plataformas, sin olvidar que todas estas ventanas formarán parte de la narrativa (Scolari, 2013).

Hoy en día, aunque las televisiones, las radios y la prensa escrita siguen siendo los sitios estratégicos donde posicionar las noticias, hay nuevas plataformas alternativas para posicionar información las 24 horas del día. Eso sí, con una audiencia más fragmentada. En la situación en que se necesite llegar a un público específico, el mejor medio es la televisión, ya que su público está segmentado por el horario de emisión. En cuanto a la promoción y visibilidad que se obtienen a través de la televisión y la radio, éste repercute en el éxito de los productos audiovisuales y en la creación de la marca en cada zona territorial. Va a influir en el crecimiento y expansión por la explotación *transmedia* del producto en las diferentes ventanas y dispositivos tecnológicos (Perales Blanco, 2012: 22).

Crossmedia es una experiencia que se desarrolla por distintos soportes que sólo tienen sentido si se consumen en su totalidad, es decir, el relato traspasa plataformas pero no se extiende a diferencia de la narrativa *transmedia* que se extiende. Sin embargo el desarrollo de las innovadoras multiplataforma aumenta el nivel de interactividad que debe tener los consumidores para realizar la narrativa *crossmedia* con eficacia (Hinojosa Becerra, Robayo y Maldonado, 2016).

La idoneidad de la estrategia marcará el *target* y la temática de nuestras noticias. En España se están desarrollando, cada vez más, marcas basadas en el modelo de negocio 360°. Esto significa que los consumidores/lectores de noticias las disfrutan en distintas ventanas y en distintas formas, en las que encontramos como líneas de distribución los contenidos multiplataforma, los *crossmedia* y *transmedia*. Todas estas vías de explotación están vinculadas y conectadas al eje principal del contenido. Las distintas vías de explotación serán: los productos licenciados o *licensing*, contenidos multiplataforma, contenidos *crossmedia* y contenidos *transmedia* (Scolari, 2013).

Es importante distinguir entre los contenidos *crossmedia* y los contenidos *transmedia*. El término de *crossmedia* se entiende a partir de un contenido central, se crean otros derivados con el objeto de extender la marca. Para que la historia tenga sentido se deben consumir en conjunto. La estrategia de contenidos *crossmedia* hace referencia a la distribución y consumo de contenidos similares a través del uso combinado de diferentes medios y soportes como son Internet, TV, radio o teléfonos móviles. Pero el término *transmedia* parte de una marca, y en ésta se van creando diferentes contenidos adicionales. La diferencia está en que se pueden consumir de manera independiente sin que se desdibuje el concepto, complementando la trama principal. Cada pequeña parte favorece a formar un todo. También recalca la importancia de la participación de los lectores en el desarrollo y consumo de las noticias, que mejora gracias a la colaboración de ellos (Duran y Sánchez, 2008: 311).

En los contenidos *crossmedia* y *transmedia* son adaptados a los formatos en los que van a ser exhibidos. Se diferencian de los formatos multiplataforma. En éstos los trabajos son enviados a otros canales como fueron creados, pero con la capacidad para reproducirse en diversos dispositivos. Los contenidos *crossmedia* y *transmedia* son un cambio en la forma de producir contenidos audiovisuales. La narrativa cambia y los periodistas deben pensar en más de una forma de explotación (Delgado y Clemente, 2013: 204).

Cada uno de los artículos se tienen que adaptar a su plataforma y cada plataforma debe contar una historia diferente. Estas producciones dan nuevas oportunidades de explotación y la posibilidad de realizar contenidos rentables en el ámbito informativo. Tanto el *transmedia* como el *crossmedia* son una estrategia de explotación para ampliar el negocio de una marca de agencia de noticias o periódico. Siempre habrá que estudiar si es idóneo para la creación de estos derivados. También estos contenidos pueden tener una monetización directa o indirecta, con esto queremos explicar que pueden servirnos para promocionarnos. Lo que conseguiremos es rentabilizar y mejorar la reputación de la marca (Sanchís Roca *et al.*, 2014).

Los contenidos *transmedia* predominan en grandes agencias de noticias. La información periodística se desarrolla con elementos *transmedia*. Muchas noticias tienen aplicaciones basadas en la geolocalización. Los periódicos digitales tienen redes sociales en la que los lectores pueden interactuar con otros usuarios conectados en red. Las empresas periodísticas se ven ayudadas las unas a las otras con la utilización de una estrategia *transmedia* (Arrojo, 2015).

El reportaje es la técnica que ofrece mayores posibilidades de adecuación a las exigencias de horizontalidad y extensión de la información, así como de interactividad cognitiva que las narrativas *transmedia* solicitan. La producción de un reportaje está siempre regida por una serie de algoritmos. El algoritmo que primaría para la construcción del reportaje *transmedia* sería el de "flujograma circular rizomático", en el cual todos los contenidos serían complementarios, pero también ofrecería la posibilidad al lector/usuario de decidir si prefiere acceder a la totalidad de los contenidos o sólo a parte de ellos. Cada punto de contenidos ofrecería por sí mismo información suficiente para que la narración completa pudiera ser comprendida (Renó & Flores, 2012). Renó y Flores (2012: 123) observan que en la actualidad, "los ciudadanos adquieren, cada vez más, status de 'medios'". Esta situación debería llevar a los periodistas a modificar sus dinámicas de trabajo y a convertirse en "arquitectos periodistas", profesionales que sean competentes en desarrollar nuevas vías en la edificación de nuevos artículos noticiosos.

Conclusiones

Así, nos encontramos en una época en la que se requiere una nueva oferta de contenidos que tienen que ser muy atractivos, dinámicos y de calidad. De la misma manera, estos contenidos tienen que ser accesibles y adaptados a la capacidad de los dispositivos existentes y de fácil acceso a los mismos. Su interoperabilidad y la flexibilidad, para compartirlos y utilizarlos en cualquier lugar y momento, son otras de sus características más destacadas. De esta manera, los contenidos *transmedia* se posicionan frente a los contenidos tradicionales.

Por otra parte, en la actualidad, los usuarios son los que deciden qué quieren consumir, cuándo y dónde, por lo que resulta necesario identificar las necesidades y la dimensión de una demanda que incrementa progresivamente el consumo de contenidos. Pero que, sin embargo, no encuentran los procesos que les dan la libertad de consumirlos a su manera, y otra peculiaridad es que muchas de las veces, el consumidor no dispone de toda la información para saber cómo localizar ese contenido.

Esa potencial demanda esconde infinidad de oportunidades de negocio a través del comercio electrónico, las campañas en redes sociales, el uso de la ventana *online*, como distribución alternativa, y otros nuevos formatos por evolucionar que conforman modelos de negocio latentes, y que permiten canalizar nuevas vías de rentabilización de la industria de los contenidos y del periodismo *transmedia* en particular, y que se pueden potenciar aún más con una estrategia de mercado globalizado.

A partir de la unificación de los datos teóricos y experimentales llegamos a la conclusión de que el *periodismo transmedia* es aquel que desarrolla un nuevo tipo de lenguaje periodístico, consistente en la formulación simultánea de narrativas diferenciadas para plataformas distintas, destinadas a usuarios también diferenciados y siempre apoyadas en la interactividad del mensaje y el hipertexto. El usuario/lector es parte de todo el proceso, y la periodificación del contenido pasa a tiempo real.

Queda claro que tenemos un problema a ser solucionado para que los procesos mediáticos puedan atender a las expectativas de los ciudadanos contemporáneos. Hay solución para estos problemas si tenemos en cuenta algunas de sus necesidades y modelos de comunicación que aunque parezca contemporáneas, tienen sus orígenes en tiempos pasados.

Entre las posibilidades de lenguaje encontramos la narrativa *transmedia*, que consiste en transformar el viejo periodismo en algo nuevo o remodelado. Están en estos procedimientos cambios de procesos y de conceptos por parte de los periodistas, que necesariamente deben actualizarse (Renó & Flores, 2012) para un nuevo

escenario comunicacional. En estos cambios están trabajos compartidos y redacciones interdisciplinarias, con profesionales provenientes de distintas formaciones académicas y experiencias de vida.

No podemos considerar que en una redacción contemporánea existan solamente periodistas de formación. Es necesario tener entre ellos, por ejemplo, ingenieros de computación capaces de pensar en algoritmos y crear *software* para la construcción de contenidos interactivos.

Es el momento de crear redacciones que tengan como preocupación la producción de contenidos que ofrezcan a los usuarios la sensación de entretenimiento. Un periodismo serio que ofrezca contenidos navegables y donde los ciudadanos puedan hacer lo mejor que saben actualmente en los nuevos medios: consumir y producir. En resumen, el *periodismo transmedia* "ofrece información sobre la información" (Renó & Flores, 2012: 83).

Bibliografía

- Arrojo, M.J. (2015). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas. *Palabra Clave*, 3 (18): 747-787. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.6
- Bolaño, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo*. Madrid, Editorial Gedisa.
- Buffardi, A. (2013). Participatory culture and Open Educational Resources. *Italian Journal of Sociology of Education*, 5 (3): 218-245.
- Dal Fiore, F. & Martinotti G. (2006). *E-learning*. Milano: McGraw Hill.
- Delgado, C. y Clemente, C. (Eds) (2013). *Identidad y disidencia en la cultura estadounidense*. Valencia. Publicacions de la Universitat de Valencia.
- Duran, J. y Sánchez, L. (Editores) (2008). *Industrias de la Comunicación Audiovisual*. Barcelona. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- EY (2015). *Tiempos de cultura. El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas*. CISAC. Disponible en <http://www.worldcreative.org/?lang=es>
- Gámir Orueta, A. (2005). La industria cultural y los grupos multimedia en España, estructura y pautas de distribución territorial. *Anales de Geografía*, 25: 179-202 en <http://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/article/view/AGUCO505110179A>
- Gosciola, V. (2008). *Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas*. São Paulo: Editora SENAC.
- Hernández García, P. (2011). Las Webseries: evolución y características de la ficción española producida para Internet. *Revista F@ro*, 13.
- Hernández Pérez, M. y Grandío, M.M. (2011). Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galáctica (2003-2010). *Revista Área Abierta [en línea]*, 28. Recuperado el 26 de abril de 2016, <http://revistas.ucm.es/index.php/arab/article/view/4873>
- Hinojosa Becerra, M.; Marín, I y Ruiz, F.J. (2015). Las productoras audiovisuales españolas. Instrumentos de análisis. Contextualización del mercado audiovisual español y sus singularidades. Nuevos y viejos modelos de negocio del sector. Saarbrücken, EAE.
- Hinojosa Becerra, M.; Robayo, C. y Mandonado, M. (2016). *Los inicios en el periodismo digital. Conceptos y consejos básicos*. Saarbrücken, EAE.
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. MIT Technology Review. Recuperado de: <http://www.technologyreview.com/Biotech/13052/>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Sao Paulo: Aleph.
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley/Los Angeles: University of California Press.
- Landow, G. (1995). *Hipertexto - la convergencia de la teoría crítica contemporánea y el hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Marín, A. (2011). Reflexiones sobre la narrativa transmedia. *Creación, Diseño*. 122. Recuperado el 14 de marzo de 2016 de: <http://mosaic.uoc.edu/2011/01/18/reflexiones-sobre-la-narrativa-transmedia/>

- Martos Núñez, E., & Martos García, A. E. (2014). Textos integrados y narratologías míticas y posmodernas: algunos paralelismos. *Revista chilena de literatura*, 87, 183-211.
- Perales Blanco, V. (Ed.). (2012). *Creatividad y discursos hipermedia*. Murcia. Edit.UM.
- Pintado Blanco, T. & Sánchez Herrera, J. (2014). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. Madrid, ESIC Editorial.
- Renó, D., & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid. Fragua editorial.
- Rodríguez, J.M.C. (2014). Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. *VIRTUalis*, 4(8), 136-138.
- Sadowsky, J., & Roche, L. (2013). *Las siete reglas del storytelling: Inspire a su equipo con liderazgo auténtico*. Buenos Aires. Ediciones Granica.
- Sanchís Roca, G., Maestro Cano, S. y Canós Cerdá, E. (2014): I like play de Sony Playstation® ¿Es una ironía crossmedia o transmedia? *adComunica. Revista de Estrategia, Tendencia e Innovación en Comunicación*. 7: 149-170.
- Scolari, C.A. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C.A. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Vollmer, C., & Precourt, G. (2008). *Always On: Advertising, Marketing, and Media in an Era of Consumer Control: Advertising, Marketing and Media in an Era of Consumer Control*. McGraw Hill Professional. Madrid.
- Eje 3 Prácticas y estrategias del periodismo narrativo. Inmersión, infiltración y otros métodos de acceso a las fuentes Informativas**

La reconfiguración del periodismo de investigación ante la emergencia de nuevos actores y relaciones de poder en el panorama informativo mexicano a partir de la transición a la Democracia (2000 - 2015): Mexicoleaks, un caso de estudio

The re-configuration of investigative journalism at the moment of emergency to new agents and power relations in the mexican informative context, especially after the "transition" to the Democracy in Mexico (2000 – 2015): Mexicoleaks a case of study.

A reconfiguração do jornalismo de investigação ante a emergência de novos atores e relações do poder no panorama informativo mexicano a partir da transição à Democracia (2000 - 2015): Mexicoleaks, um caso do estudo

Elva Araceli Fabián González

anjaelar@gmail.com

Egresada de la Licenciatura en Estudios Políticas y Gobierno. Maestra en Comunicación por la Universidad de Guadalajara y Diplomada en Estudios Latinoamericanos por la misma Universidad. Especializada en Periodismo y TIC's, así como en Periodismo y Geopolítica; docente en: Universidad del Valle de Atemajac en la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, en la Maestría en Periodismo Digital del Sistema Universitario Virtual de la Universidad de Guadalajara. En las dos Universidades he realizado diseño de materias y proyectos educativos, además de publicar textos de divulgación académica sobre Periodismo y participar en procesos de Dictaminación, actualmente miembro del consejo editorial de la plataforma digital de contenidos del diario Mural Grupo Reforma.

Resumen

La propuesta pretende analizar la relación actual entre el periodismo de investigación y la Democracia en México, a partir de un análisis sobre el vínculo indisoluble entre estos dos conceptos para la vida -democrática- de un país que comprende derechos y libertades, tales como: el derecho a la información, a la privacidad y a la libertad de expresión, que en el contexto nacional se encuentran en crisis, en particular, a partir de la llamada "transición" a la democracia en México.

En este sentido, se ha identificado una reconfiguración del periodismo de investigación ante la emergencia de diversos actores de la sociedad civil como partícipes y/o fuentes de información que dan pie a nuevas relaciones de poder, de manera específica, a través del surgimiento de una plataforma digital de información filtrada: Mexicoleaks, que busca generar un ejercicio de colaboración entre periodistas y ciudadanos para defender los derechos y las libertades que la Democracia supone. La estructura de presentación parte de una explicación del problema o argumento central del objeto de estudio, pertinencia social y preguntas de investigación, además presenta un breve contexto general dividido en cuatro apartados, así como el desarrollo teórico conceptual que sustenta la explicación del enfoque metodológico elegido, para así concluir con algunas reflexiones preliminares del caso en proceso de estudio.

Palabras clave: Periodismo de investigación, actores emergentes, relaciones de poder, Democracia y plataforma digital Mexicoleaks,

Summary

This proposal has a purpose to analyze the current relations between the investigative journalism and the Democracy in Mexico. In this sense, we try to understand the indissoluble link among these concepts, that we consider important for a healthy political system like the democracy, particularly, on matters such as: freedom of expression, rights of information and privacy that in the mexican context are in crisis, especially after the "transition" to the democracy in Mexico.

Thus, we try to identify the re-configuration of investigative journalism, because this kind of journalism, evidence in Mexico, an emergency to different agents as collaborators or information sources that contribute to create new power relations. For this study, we put the focus on Mexicoleaks digital platform, that pretend open a collaborative space between journalists and citizens to fight and defend freedoms and rights that the Democracy presupposes. The structure of this presentation beginning as an exposition about the problem of study, its social relevance and questions of investigation, likewise a brief general context segmented on four subjects; also presents the theoretical development who pretends support and explain the methodological approach. We conclude with some preliminary thoughts to our case study, until in process.

Keywords: Investigative journalism, emerging agents, new power relations, Democracy and digital platform Mexioleaks.

Resumo

A proposta pretende analisar a relação atual entre o jornalismo investigativo e a democracia no México, com base em uma análise sobre o vínculo inseparável entre esses dois conceitos para a vida Democrática- de um país que tem direitos e liberdades tais como: direito da informação, a privacidade e liberdade de expressão, que no contexto nacional estão em crise, em especial, a partir da chamada transição à democracia em México.

Em este sentido, se identificou uma configuração do jornalismo de investigação ante a emergência de diversos atores da sociedade civil como participantes y/o fuentes de informação que dão pé a novas relações de poder, de um jeito não específico, através do surgimento de uma plataforma digital de informações filtrada: Mexicoleaks, que procura gerar um exercício de colaboração entre jornalistas e cidadãos para defender os direitos e as liberdades que a democracia supone. A estrutura da apresentação parte de uma explicação do problema ou argumento central do objetivo do estudo, relevância social, dividido em quatro seções e perguntas, assim como o desenvolvimento teórico conceptual escolhido.

Palavras-chave: Jornalismo de investigação, atores emergentes, relações de poder, democracias e plataforma digital Mexicoleaks.

“La reconfiguración del periodismo de investigación ante la emergencia de nuevos actores y relaciones de poder en el panorama informativo mexicano a partir de la transición a la Democracia (2000 - 2015): Mexicoleaks, un caso de estudio”

La relación entre el periodismo y la democracia en México siempre ha sido compleja, por lo que existen dos momentos importantes en la historia del país tomando como punto de inflexión la llamada “transición a la Democracia”, que de un Gobierno con un Sistema Político Autoritario sucedió a un Gobierno bajo un Sistema Político Democrático o de alternancia en el año 2000, lo que suponía un cambio en la relación medios, periodistas y gobierno en turno. De esta manera, comprender la relación entre estos elementos implica conocer los procesos sociopolíticos de un país como México cuyo eje central de 1876 al 2000 fue el poder autoritario⁷⁹.

En México el proceso de democratización ha generado momentos de alta tensión, particularmente por el control informativo y discursivo de algunas empresas informativas aliadas al poder, que se contraponen con un mayor interés participativo de la sociedad, al exigir transparencia y equilibrio en el contenido informativo. De esta manera se acrecentó la sensibilización de la opinión pública a temas complejos en la exigencia de garantizar el derecho a la información, pues como refiere Riva Palacio (2004) “En una sociedad democrática, el debate informativo es un elemento indispensable para el pleno funcionamiento de la sociedad (...)” (p. 147) tal como lo evidenciaron las elecciones presidenciales de 1988 y la crisis política y económica de 1994.

Ahora bien, como sugiere Tanius Karam (2000) entender a los medios de comunicación en México y su funcionamiento, línea editorial y toma de decisiones, implica comprender la relación de los medios con el gobierno. En el caso que nos ocupa, la actividad periodística en el país estuvo inserta durante 70 años en dinámicas de producción noticiosa que solo podían realizarse a través de empresas informativas, legitimadas dentro de la estructura de poder del gobierno mexicano (Fernández Christlieb, 1982; Karam, 2000; Riva Palacio, 2004). Sin embargo, con la llegada de Internet y las plataformas que hospeda se ha constituido en los últimos años un

79 Lorenzo Meyer (2013). “Nuestra tragedia persiste. La democracia autoritaria en México”. Ed. Debate.

panorama amplio y diverso de opciones informativas que escapan de manera relativa al control impuesto por el gobierno, al menos en lo que a recursos económicos se refiere, y que representan a su vez, retos y oportunidades para la labor informativa del periodismo de investigación en México.

Por un lado, ha surgido un espacio que otorga posibilidades de acceso informativo a una mayor cantidad de personas que a su vez hacen eco a través de las redes sociales, blogs, wikis y podcast etcétera de las investigaciones realizadas sobre temas políticos, sociales o económicos del país. Por el otro, se presenta una reconfiguración del periodismo de investigación, que en el caso mexicano se enfrenta a dos fenómenos de análisis: el primero, la emergencia de nuevos actores o fuentes de información como colaboradores y proveedores activos de material informativo filtrado (por ejemplo, los casos internacionales de hackeo -Julian Assange con Wikileaks- o -información sobre espionaje Edward Snowden en la NSA-), y el segundo, el surgimiento de *Mexicoleaks*,⁸⁰ una plataforma virtual independiente para filtraciones anónimas que funge como facilitador o intermediario en la relación ciudadanos - periodistas, específicamente en el contexto de vulnerabilidad informativa en México.

Lo anterior conlleva a plantear la existencia de un problema a estudiar entorno a la relación actual del periodismo de investigación y el sistema político en México, que a partir de la llamada "transición a la Democracia" (2000-2015) y con el paso de los últimos gobiernos se han vuelto cada día más preocupante en materia del ejercicio a la libertad de expresión, derecho a la información y a la privacidad⁸¹. Particularmente en este último, debido a las leyes secundarias propuestas en la Reforma de Telecomunicaciones, en lo referido a la intervención y geolocalización de datos por telefonía móvil, así como el registro de comunicaciones para consulta del aparato del Estado.

De esta manera se cuestiona al Estado de Derecho del sistema Democrático del país y la imposibilidad o desinterés que los gobiernos posteriores a la "transición" han demostrado para ofrecer transparencia en materia de información a través del INAI⁸², privilegiando la opacidad, la impunidad y la corrupción; así como un desdén en garantizar y revisar los mecanismos de protección a periodistas, razón por la cual la censura, despidos, amenazas, secuestros y asesinatos a periodistas e informadores van en aumento.

Es por lo anterior, que suponemos se generó la necesidad de implementar en México una plataforma virtual de suministro de información protegida como *Mexicoleaks*, ante un panorama de crisis en materia de Derechos Humanos⁸³ que permita dar a conocer asuntos de interés público y relevancia social de forma segura, pero también como un espacio que ofrezca posibilidades informativas alternas, ante un sector mediático dominado por empresas *ad hoc* a la estructura del poder en el país y que en consecuencia está reconfigurando al periodismo de investigación, estableciendo mediante una plataforma digital relaciones de poder más horizontales y confrontativas con el gobierno en turno.

De acuerdo a distintos organismos internacionales tales como el Comité de Protección a Periodistas⁸⁴, PEN internacional y Artículo 19, se han producido 88 asesinatos y 20 desapariciones forzadas a miembros del gremio. Esto es prueba fehaciente de que los Gobiernos mexicanos, sin distinción de partido político de procedencia, presentan una clara intolerancia a ciertas cuestiones elementales de la Democracia, tales como la petición de rendición de cuentas, la crítica y la investigación lo que desencadena el uso de la fuerza y violaciones a los Derechos Humanos de cualquier ciudadano, así como al libre trabajo periodístico, que empeoró a partir de la

80 Definida como "Una plataforma independiente de denuncia ciudadana y transparencia, al servicio de la sociedad mexicana para revelar información de interés público. Disponible en <https://mexicoleaks.mx/>

81 De los periodistas, informadores y ciudadanos enarbolados en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y de los artículos 6° y 7° de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos.

82 Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y protección de datos personales.

83 En este caso en particular, lo que respecta a: Libertad de expresión, derecho a la información y a la privacidad.

84 Ataques a la prensa: Periodismo bajo fuego cruzado en 2013 <https://cpj.org/es/2014/02/ataques-a-la-prensa-en-2013-mexico.php#more>

llamada “guerra contra el crimen organizado” emprendida por el ex Presidente Felipe Calderón (2006 – 2012).

El análisis sobre el surgimiento de una plataforma virtual de filtración de información cobra un sentido de gran relevancia para los estudios de la sociología del periodismo y sus condiciones de ejercicio en México⁸⁵, pues funge como mecanismo alternativo para garantizar la protección tanto a periodistas y ciudadanos como al insumo básico del trabajo noticioso y representa un síntoma claro de la crisis que enfrenta la Democracia en México o como ha referido el Dr. Lorenzo Meyer con sistemas políticos contradictorios: una democracia autoritaria o neautoritarismo⁸⁶.

Ahora bien las preguntas de investigación que se formulan a este respecto son: ¿Cómo las condiciones estructurales del contexto sociopolítico mexicano han contribuido a reconfigurar el periodismo de investigación, a través de la creación de una plataforma de información filtrada como *Mexicoleaks*, que permite la colaboración de actores emergentes y facilita el establecimiento de nuevas relaciones de poder? ¿Cuáles fueron las circunstancias puntuales que motivaron la creación de una plataforma virtual de información protegida para México? ¿Por qué se eligieron a determinados medios para formar parte del proyecto? ¿Qué tipo de relaciones de poder se están conformando a razón de la creación de un espacio colaborativo como *Mexicoleaks* entre actores emergentes y periodistas? ¿Cómo identifican los periodistas la participación de los ciudadanos como actores emergentes en el empoderamiento de la información y de la plataforma? ¿Qué representa para el Sistema Político mexicano y la estructura del poder el surgimiento de una plataforma de cooperación informativa entre actores emergentes y periodistas como *Mexicoleaks*? ¿La plataforma *Mexicoleaks* está favoreciendo la reconfiguración del periodismo de investigación en México? De ser así ¿de qué forma y cuáles son los retos que enfrentan ante un sistema político ambiguo como el actual?

Un camino de luces y sombras. Trayecto inacabado

Los antecedentes generales sobre el problema de investigación están dividido en cuatro partes: el primero sobre documentos historiográficos referentes a la relación: prensa y poder en México; en el segundo, se presentan resultados empíricos de informes de Organizaciones nacionales e internacionales que fundamentan la necesidad de estudiar el tema; el tercero, aborda aspectos de la conformación de las fuentes en el trabajo informativo; en tanto en el cuarto y último, se presenta información sobre el proyecto de plataformas de protección de información y las condiciones de surgimiento y propuesta a países con características determinadas de violación a los derechos humanos.

Panorama general de la crisis informativa en México:

La lucha por el poder

En el texto “Comunicación y Democracia en México: Una introducción general” Tanius Karam (2000) desarrolla un exhaustivo análisis sobre el contexto histórico de la comunicación y los medios en el país, en relación con el sistema político mexicano desde la época del porfiriato (1880) hasta el sexenio Zedillista (2000), evidenciando desde los primeros años de la vida política nacional aspectos autoritarios que dificultaban la labor informativa, mismos que se agudizaron en los años setenta y comenzaron a mostrar síntomas de censura, represiones y amenazas a los medios impresos, donde el autor expone los primeros indicios de acoso a la labor del periodismo de investigación.

⁸⁵ Con base al “Análisis estructural de la investigación empírica sobre el periodista latinoamericano” de Claudia Mellado (2010) publicado en la Revista Comunicación y Sociedad. Las temáticas de estudio en México (uno de los tres países con mayor producción científica en la materia) están concentradas en: el perfil ocupacional y las condiciones del mercado laboral, formación del periodista y rutinas y prácticas periodísticas y en menos medida: actitudes y roles profesionales, así como condiciones asociativas del periodista. Temas de interés en este proyecto.

⁸⁶ Lorenzo Meyer (2013). “Nuestra tragedia persistente: la democracia autoritaria en México. Ed. Debate. Libro que presenta una radiografía sobre la situación política en el país y la fallida transición a la democracia.

Asimismo, Enrique Sánchez Ruíz (2005) explica en su texto, "Los medios de comunicación masiva en México: 1968 – 2000", la ríspida relación que en los años setenta se presentó entre el sistema político, los medios críticos y la sociedad en un momento donde se hablaba de "apertura democrática", a partir de la Reforma Política de 1976-1977 donde se agregaba al artículo 6° que garantiza la libertad de expresión que "El derecho a la información será garantizado por el Estado", que por su imprecisión generó más preguntas que respuestas concretas hacia un escenario democratizador para las distintas fuerzas sociales y políticas del país.

Por su parte, de acuerdo con Clave Almeida en "La crisis y la prensa" publicado en "México ante la crisis" (2004), el discurso políticamente correcto de la "libertad" ya era absurdo, pues el problema residía en las condiciones de codependencia de la prensa en México "más política que estrictamente informativa" (p. 141), además en una población mayormente analfabeta donde la radio y la televisión no cumplen funciones informativas y donde no existía ninguna posibilidad de acceso a la información muy a pesar del promulgado "derecho a la información".

En el mismo orden de ideas, René Avilés (2007) en "La Censura al periodismo en México: revisión histórica y perspectivas", explica la inseparable relación entre el quehacer periodístico y el poder político. Una relación ambigua que apela, por una lado al diálogo, y por el otro, a un espacio de lucha de poder, que ya no solo ostentan los Gobiernos, sino también las empresas mediáticas, generando con ello altos niveles de censura en la que incluso podríamos agregar ahora la violencia generalizada en país por parte del crimen organizado. De acuerdo con Avilés, la sociedad ha quedado al margen de la discusión, pues figura como espectador pasivo y debe intervenir si aspira vivir bajo un sistema político Democrático, como lo supone la creación de un marco jurídico y los tratados internacionales en materia de Derechos Humanos.

Informes y resultados: El mapa de la violenta realidad.

Si bien en 2006 se creó la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos contra la Libertad de Expresión (FEADLE) y en 2012 se aprobó una Reforma constitucional para atraer bajo jurisdicción federal casos de crímenes y delitos contra la libertad de expresión y el ejercicio del periodismo, así como el Mecanismo de Protección a Defensores de los Derechos Humanos y Periodistas, los resultados han sido deficientes⁸⁷. Reporteros Sin Fronteras ha contabilizado desde el año 2000 hasta el 2015 el asesinato de 88 periodistas y colaboradores de medios, así como una veintena de desaparecidos⁸⁸. Las intimidaciones y la impunidad ejercidas por la autoridad han coadyuvado a la autocensura, perjudicial para el derecho a la información en un sistema democrático.

De acuerdo con Freedom House en el Informe sobre Libertad de Expresión y Prensa en México⁸⁹ las agresiones a periodistas y medios se triplicaron del 2001 al 2013 respecto de 1991 al 2000 registrando en dicho informe 85 periodistas asesinados y 20 desaparecidos; atribuidas en su mayoría a funcionarios públicos, lo que favoreció el aumento de desplazamiento forzado, según indica el informe⁹⁰. Se explican además problemas en el acceso a la información pública, concentración de medios audiovisuales y control en el acceso a internet, entre otros. De esta manera, el documento presenta tres capítulos de análisis: Violencia, impunidad y autocensura; libertad, diversidad y pluralidad en el debate político y acceso a la información.

⁸⁷ Reporteros Sin Fronteras. Disponible en <https://es.rsrf.org/report-mexico.184.html> visto 29 de Agosto de 2015. Misma cifras que las de la Comisión Nacional de Derechos Humanos del 2000 al 2015.

⁸⁸ Le Monde "Au Mexique des certaines d'intellectuels s'indignent de « La longue série d'atrocités contre la presse » Disponible en : http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2015/08/17/des-centaine-d-intellectuels-s-indignent-du-meurtre-du-journaliste-ruben-espinosa_4727759_3222.html réviser 20 de Août de 2015.

⁸⁹ Sesión 17 del Examen Periódico Universal (EPU) de Naciones Unidas. Disponible en: <https://freedomhouse.org/publicaciones/informe-sobre-la-libertad-de-expresi-n-y-prensa-en-m-xico>

⁹⁰ En un contexto de violencia exponencial generalizada a partir de la guerra contra el crimen organizado iniciada en el sexenio de Felipe Calderón

En el memorándum de Amnistía Internacional para Enrique Peña Nieto (2014) respeto al tema –Defensores de Derechos Humanos y Periodistas- señala la existencia de 100 defensores y periodistas en riesgo que han solicitado protección sin obtener respuesta oportuna y concreta por parte de las autoridades, evidenciando la ineficacia e ineficiencia del Mecanismo de protección para personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas. Por su parte, la organización Artículo 19 en su informe anual “Estado de Censura” (2015), evidencia el deterioro del ejercicio a la libertad de expresión contra la prensa durante 2014 donde el miedo, la impunidad y la violencia son el caldo de cultivo del problema por la que atraviesa México. El informe revela el aumento de agresiones a periodistas (al doble) en el sexenio de Peña Nieto comparado con el de Calderón; así como intimidación, detenciones arbitrarias y amenazas recibidas por funcionarios públicos en el 48% de los casos, además de 59 agresiones a plataformas digitales y 12 ataques cibernéticos a espacios críticos al poder.

Por su parte el Informe de la Fiscalía Especial para la Atención de Delitos Cometidos contra la Libertad de Expresión (FEADLE) del 2015 reporta 103 homicidios a periodistas desde el 2000 al 2015, en cuanto a las desapariciones se registran en el mismo período 25. Por lo anterior, es posible dilucidar la complejidad del problema y la necesidad de establecer una nueva relación entre periodistas y fuentes, por lo que es importante reflexionar teóricamente en torno a éstas últimas que proporcionan material informativo.

Las fuentes y las filtraciones: el origen de un trabajo informativo conjunto.

Las fuentes son determinantes para el quehacer periodístico. Sin embargo, hasta hace unos años como lo menciona Hernández (1997), permanecían como una especie de mitología profesional de la que poco se hablaba para hacer recaer el peso del valor informativo en el producto del trabajo del periodista “penalizando la aportación, en muchos aspectos esenciales, de las fuentes” (p.219). La característica más destacada de las fuentes es que proporcionan datos importantes sobre individuos o grupos de interés en amplios sectores de la sociedad.

Ahora bien, el periodismo de investigación supone la tarea de revelar material encubierto, a partir de la pesquisa de fuentes humanas y físicas (Sierra Caballero, 2011). En tanto, el concepto de “filtración”, tan utilizado en la jerga periodística, es definido según Núñez Ladevèze (en Caminos Marcet, 1991) como “el suministro interesado o por encargo de superiores de información o por una fuente que mantiene el anonimato, no porque el contenido de la información le perjudique, sino porque infringe la obligación de guardar sigilo” (p. 287). En este sentido las filtraciones y las fuentes conforman una mancuerna, al principio desconocida para el medio informativo y para el periodista, pero que se han vuelto importantes para el periodismo de investigación.

Para Jean Charron en “Les médias et les sources: les limites du modèle de l’agenda Setting” (1995) la construcción de la noticia se logra a partir de una relación entre los medios y las fuentes, lo que permite un relativo conocimiento de la conformación del discurso público de las fuentes y del discurso periodístico o mediático, pues por un lado, la fuente sugiere una agenda temática que el periodista trabaja y transforma y, por el otro, se establece una especie de juego entre los temas de interés de los medios y las fuentes que implica entender estrategias de relaciones de poder. Por su parte, Herbert Gans en “Deciding what’s news” (1979) explica que las fuentes que proporcionan información se jerarquizan y tienen tres características: información con atribución directa (cuando se identifica a la fuente), información con atribución reservada (cuando se conserva el anonimato de la fuente), y off the record (información para uso exclusivo del periodista).

Una plataforma digital de información filtrada para México.

Por último, daremos cuenta del proyecto del que forma parte *Méxicoleaks*, una plataforma digital independiente cuyo fin es abrir un espacio para la denuncia ciudadana que facilite filtrar de manera anónima información de interés público. La plataforma se dio a conocer en México el 10 de Marzo del 2015 en ella participan

cuatro medios informativos (Animal Político, Emeequis, Proceso y Unidad Aristegui⁹¹) y cuatro organizaciones de medios y periodistas (Más de 131, Periodistas de a Pie, Poder y la Red en Defensa de los Derechos Digitales). Méxicoleaks se desarrolló con el apoyo de la ONG holandesa Free Press Unlimited⁹² y de la Associated Whistleblowing Press (AWP), asimismo, la plataforma es impulsada por Globaleaks con apoyo del Centro Hermes de Transparencia y Derechos Humanos Digitales un proyecto de código abierto que considera importante la transparencia de los gobiernos en nuestra sociedad⁹³.

La plataforma generó ya el primer escándalo social y político en México, no precisamente por su trabajo de filtración o información, puesto que aún no se publican piezas periodísticas frutos de la misma (por su reciente creación), sino por ser motivo de un conflicto laboral que dio paso al despido de la periodista Carmen Aristegui titular del espacio radiofónico de la empresa MVS Noticias y líder del proyecto de periodismo de investigación conocido como Unidad Aristegui por incluir a la empresa dentro de los medios informativos adscritos a Méxicoleaks, ya que de acuerdo con la empresa contravenía el marco legal y jurídico de sus contrataciones y los intereses comerciales de la misma.

El desafortunado incidente fue consecuencia de la publicación de la pieza periodística sobre "La casa Blanca" que involucra al Presidente de la República y su pareja sentimental en conflicto de interés, corrupción e impunidad con la empresa constructora -Grupo Higa- que ha sido favorecida en los contratos de obra pública Federal y Estatal por el actual Presidente y que provocó a su vez la cancelación del contrato para la realización del tren bala México-Querétaro junto con el consorcio asiático Chino Railway, licitación otorgada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, responsable también de otorgar concesiones y permisos a empresas públicas y privadas sobre la explotación de un bien público: el espacio radioelectrónico del país.

Marco teórico - metodológico: Breve esbozo conceptual

El marco conceptual para argumentar y explicar teóricamente el problema de investigación se sustenta en la "Sociología figuracional" del sociólogo alemán Norbert Elías (1897-1990) cuyos ejes de análisis se centran en el poder, el comportamiento, el conocimiento sociológico y las emociones, lo que ha permitido explicar tanto estructuras sociales complejas como a los agentes que las conforman, los individuos.

Elías emprende la tarea de analizar las costumbres y comportamientos de los individuos que conforman una sociedad en un momento determinado de la civilización, a partir de una visión conjunta de los cambios socioculturales que se producen en esa época. Este análisis histórico permite comprender la relación compleja de las estructuras sociopolíticas para establecer un marco teórico del proceso de civilización. La propuesta sociológica de Elías es una sociología de la modernidad que permite analizar objetos de estudio de distintas realidades sociales y contextos históricos diversos con base en un esquema interpretativo incluyente.

Como parte de esta sociología se desprende la sociología figuracional que está sustentada en procesos donde los individuos, la sociedad y el Estado-nación establecen una relación recíproca, para ello partió del concepto de "figuración" complementado con la referencia a un hecho histórico y su contexto, dirigiendo así la sociología a procesos de estudios de largo plazo.

El concepto de "figuración social" es según algunos autores (Zabludovsky, 2007; González Oquendo, 2014; Eguzky, 2013), un instrumento de interpretación que permite establecer vínculos sociológicos de reciprocidad entre individuos y distintos niveles sociales entre los cuales se encuentran, la sociogénesis y la psicogénesis que de acuerdo con González Oquendo "explican la relación entre lo individual y lo colectivo" (2014, s/p). En

⁹¹ Originalmente Aristegui/MVS relación que terminó en un conflicto de interés laboral según indica la empresa.

⁹² Los proyectos en los que participa: Protección a periodistas, Entrenamiento a medios profesionales y periodistas, Periodismo e innovación, etcétera.

⁹³ Algunos proyectos en los que participa Globaleaks: USAID Serbia, Radio Free Asia, Big Brother Award en Italia y Fax2Social en Egipto.

este sentido el estudio de los procesos de civilización sería de utilidad para investigar y analizar fenómenos que impliquen una transformación social, como las transiciones políticas.

Según Elías (2000) la sociología tiende a ser analizada bajo dos ópticas que se contraponen cuando son complementarias, por un lado se entiende a los procesos históricos sociales como creados por individuos o entidades, por el otro se piensa que fueron creados por entidades supranacionales, asociadas a explicaciones científicas o bien espirituales, donde el individuo poco o nada tiene ver; así la posibilidad de una comprensión global, requiere de nuevas miradas y modelos de análisis. En este sentido es necesario entender que el observador es parte del medio que observa y en el que se desenvuelve; el individuo forma parte de la sociedad y de las redes de relaciones que establece con otros individuos "figuras sociales".

De acuerdo con Elías los conceptos y el lenguaje están configurados desde una perspectiva cosificada, es decir, como objetos, con lo cual se plantea la necesidad de entender que la sociedad está conformada por un conjunto de estructuras individuales interdependientes que establecen interacciones funcionales donde existen también relaciones de poder. El concepto de "figuración" estudia tanto los niveles micro como macrosociológicos al analizar fenómenos sociales entre ambos polos, por ejemplo, en el estudio del quehacer informativo de los individuos de un grupo como los periodistas y las relaciones de interdependencia e interacción (de poder y libertad) que establecen con la estructura institucional que conforma un gobierno que, en el caso de México, supone situarlo en un contexto de un proceso civilizatorio de transformación social, a partir de una transición política.

El estudio de tipo explicativo pretende responder a la relación causa – efecto en las que ocurre un fenómeno, en este caso las condiciones de la estructura sociopolítica de México en torno al periodismo de investigación que dieron pie al surgimiento de la plataforma *Mexicoleaks*, es decir, las circunstancias en las que sucede y la relación entre estas dos o más variables en éste caso de estudio particular. Lo anterior implica la realización de un proyecto bajo el método inductivo que requiere la observación participante tanto a los periodistas de investigación que forman parte del proyecto como a la plataforma digital y el estudio de enunciaciones, a partir de entrevistas semi-estructuradas, centradas en el individuo (los periodistas) y su relación con lo colectivo en un acto de toma de distancia y objetividad (Elías, 1995).

Conclusiones preliminares

La propuesta de investigación desde su planteamiento inicial, presenta una problemática que se ha ido agravando en México con el paso de los años y no parece tener solución ni respuesta por parte de algún poder que conforma la Nación: Ejecutivo, Legislativa y Judicial, lo que sin duda agrava las condiciones del sistema político del país que se asume internacionalmente, en el discurso, como Democrático, pero carece de cumplir a cabalidad con tratados internacionales en la materia como lo refiere la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Amnistía Internacional y la Federación Internacional de Periodistas en su último informe; implicaciones que la Democracia supone y a las que se aspira.

La difícil situación para el ejercicio del periodismo de investigación en México no sólo se limita a los 15 años que plantea el estudio, sino como refieren los antecedentes generales, se remonta a la década de los años setenta conocida como "guerra sucia", posterior a la Olimpiadas del 68 y al asesinato de jóvenes estudiantes en la conocida "matanza del 02 de Octubre en Tlatelolco". La labor informativa de los medios oficiales vinculados al poder no realizó cobertura de investigación sobre los sucesos acaecidos en estos años; sino que empleo prácticas de censura, despidos y amenazas que se profundizarían con el paso de los años, a partir de la "guerra contra el crimen organizado" favoreciendo la impunidad de los actos de corrupción y hostigamiento a periodistas, informadores y ciudadanos.

En los últimos 25 años más de 2,297 periodistas y personal de prensa han sido asesinados alrededor del mundo por su labor informativa, de ellos 120 son mexicanos en un contexto de no guerra. En ese sentido, la Federación Internacional de Periodistas analiza la compleja situación de la labor informativa, lo que da pie al

surgimiento de espacios digitales protegidos que permitan establecer no simplemente nuevas narrativas, sino relaciones periodistas – fuentes (hackers o ciudadanos) y material encriptado que favorecen la reconfiguración del quehacer informativo profesional ante un clima de hostilidad gubernamental cada día más a la defensiva y propenso a vigilar contenidos y sujetos donde están en juegos los derechos y libertades del ser humano, así como la vida.

El tema que se presenta pone sobre la mesa varias aristas para posteriores discusiones y reflexiones que van más allá de la forma en que se presentan y redactan los contenidos, sino que se centra en el fondo, es decir, en la búsqueda y selección del tema a investigar, la colaboración con las distintas fuentes, los proyectos colaborativos de investigación entre grupos dedicados al periodismo, enfoques de cobertura y los modelos de análisis para investigarlos que, podrían situarse en el factor humano, tecnológico y el económico-empresarial, a partir de las herramientas necesarias para la cobertura y las condiciones laborales.

Bibliografía

- Artículo19.org (2015). *Estado de Censura: Informe anual de violencia contra la prensa*. 2014. México. Recuperado de: <http://www.articulo19.org/estado-de-censura-informe-anual-de-violencia-contra-la-prensa/>
- Amnistía Internacional (2014). *Los retos de México en Materia de Derechos Humanos: Memorandum de Amnistía Internacional para el Presidente Enrique Peña Nieto*. México. Recuperado en: <http://amnistia.org.mx/informesn/index.php?s=2>
- Áviles, R. (octubre – noviembre 2007). La Censura al periodismo en México: revisión histórica y perspectivas. *Razón y Palabra*, 12 (59), s/p. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520703007>
- Caminos M. JM. (1997). Periodismo de Investigación, periodismo de filtración. En *Revista ZER*. Recuperado el 24 de Febrero de 2014 en: <http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/periodismo-de-filtracion-periodismo-de-investigacion/24>
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, (2014). Art.6° y 7° (21ª ed) México, DF: Secretaria de Gobernación.
- Clave Almeida, E. (2004). La crisis y la prensa. En P. González Casanova y H. Aguilar Camín (Coords). *México ante la crisis* (7ª ed.). (pp. 140 – 150) México. DF: Siglo XXI
- Charron, J. (1995). Les médias et les sources : les limites du modèle de l'agenda-setting. *Hermès. Revue de l'Institut de sciences de la communication de CNRS (ISCC)*, (17-18), 73 – 92. Recuperado de : DOI : 10.4267/2042/15209
- Eliás, N. (2000). *La sociedad de los individuos*. Ensayos. Barcelona, España: Ediciones Península.
- (1995). *Mi trayecto intelectual*. Barcelona, España. Ediciones Península.
- Fernández Christbler, F. (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. México, DF: Juan Pablos Ed.
- Gans, H.J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and time*. New York: Pantheon Books.
- González Oquendo, L.J. (diciembre de 2014). La investigación sociológica figuracional de Norbert Eliás: elementos conceptuales y metodológicos. *Prácticas de Oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales*. (4), s/p. Recuperado de: <http://ides.org.ar/publicaciones/practicadeoficio/practicas-de-oficio-investigacion-y-reflexion-en-ciencias-sociales-nro-14>
- Hernández, Fernández, Baptista (2006). *Metodologías de la Investigación* (4ª ed). México, DF: McGraw-Hill.
- Hernández Ramírez, M.E. (1997). La sociología de la producción de mensajes. En Hernández, M.E (Compiladora) *Sociología del Periodismo: Análisis Sociológico de la Producción de las Noticias. Antología*. México: Universidad de Guadalajara, pp.120 – 220.
- Karam, T. (mayo - junio 2000). Comunicación y Democracia en México: Una introducción general. *Razón y Palabra*, (18), s/p. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/editorial.html>
- Mellado, C. (enero – junio 2010). Análisis estructural de la investigación empírica sobre el periodismo latinoamericano. *Revista Comunicación y Sociedad*, (13), pp. 125 – 147. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34612253006>
- Riva Palacio, R. (2004). *La prensa de los jardines* (1ª ed). México, DF: Plaza y Janés.

- Sánchez Ruíz, E. (2005). Los medios de comunicación masiva en México: 1968 – 2000. En I. Bizberg y L. Meyer (Coords). *Una historia contemporánea de México: Actores*. (pp.403- 454). México, DF. Editorial Océano de México.
- Sierra Caballero, F. (2011). Periodismo y cambio social. Teoría y práctica de la información solidaria. Sierra, Caballero, F. & Moreno Gálvez F.J. (Eds). *Fundamentos de Teoría del Periodismo* (pp.141-160). Sevilla. Facultad de Comunicación.
- Urteaga, E. (2013). El pensamiento de Norbert Elías: Proceso de Civilización y Configuración Social. *Barataria. Revista Castellano-Manchega en Ciencias Sociales*. (16), pp. 15 – 31.
- Zabludowsky, G (2007). *Norbert Elías y los problemas fundamentales de la Sociología*. México DF: FCE

Eje 5 Periodismo y narrativas alternativas

O sucesso dos youtubers como formadores de opinião em uma sociedade conectada: o poder da narrativa transmídia nas mídias sociais

The succes of youtubers as opinion makers in a connected society: the power of transmedia narrative in social media

Éxito de youtubers como líderes de opinión en una sociedad conectada: la narrativa de potencia transmedia en los medios sociales

Bruno Conrado Demartini Antunes

Mestre em Comunicação Social

Universidade Metodista de São Paulo (UMESP)

São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil

Jornalista e bacharel em Letras, Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e Doutorando em Comunicação Social pela mesma instituição.

Resumo

O foco deste trabalho é apresentar como as mídias sociais transformam a transmissão de notícias na rede, com foco nos produtores de vídeos digitais no principal sistema da web para *streaming* de vídeos que é o YouTube. Os YouTubers, como ficaram conhecidos os produtores de conteúdo desta mídia digital, alcançam grande audiência, além de influência, e praticam a narrativa transmedia ao utilizarem notícias de publicações tradicionais, e as reproduzirem através de óticas próprias, através de uma narrativa informal mais atraente para o público da web. A pesquisa também demonstrará o funcionamento do algoritmo do YouTube, onde personaliza o conteúdo para cada usuário, que acarreta em bolhas de conhecimento, que pode gerar radicalismo ideológicos, como acontece atualmente na situação política do Brasil. O trabalho, portanto, tem como objetivo apresentar como a narrativa transmedia produzida no YouTube traz benefício e malefícios na transmissão de notícias em uma sociedade cada vez mais conectada e consumidora de veículos de comunicação não tradicionais, já que as mídias sociais possuem narrativas mais atraentes a esta nova audiência.

Palavras-chave: YouTube, transmedia, notícia, opinião, tecnologia.

Resumen

El objetivo de este trabajo es presentar cómo los medios sociales a transformar el programa de noticias en la red, centrándose en los productores de vídeos digitales en el sistema principal para el streaming de videos que es YouTube. YouTuberos, como eran conocidos productores de contenidos de los medios digitales, llegar a grandes audiencias, y la influencia, y la narrativa transmedia práctica utilizando las tradicionales publicaciones de noticias, y se reproducen por sí mismos la óptica a través de un relato informal más atractivo para lo público. El estudio también demuestra el funcionamiento del algoritmo de YouTube, que personaliza el contenido para cada usuario, lo que da lugar a burbujas de conocimiento, que pueden generar el radicalismo ideológico, como ocurre actualmente en la situación política de Brasil. Por lo tanto, el trabajo tiene como objetivo presentar cómo la narrativa transmedia producido en YouTube trae beneficio y el daño en la transmisión de noticias en una sociedad cada vez más conectada y medios de comunicación de consumo no tradicionales, como las redes sociales tienen narrativas más convincentes esta nueva audiencia.

Palavras clave: YouTube, transmedia, noticia, opinión, tecnología.

Summary

The focus of this paper is to present how social media transform the news broadcast on the network, focusing on producers of digital videos on the main web system for streaming videos that is YouTube. YouTubers, as producers of content of digital media were known, reach large audiences, and influence, and practice transmedia narrative when using traditional publications news, and reproduce by themselves optics through a more attractive informal narrative to the public web. The survey also demonstrate the operation of the YouTube algorithm, which customizes content for each user, which results in bubbles of knowledge, which can generate ideological radicalism, as currently happens in the political situation of Brazil. The work therefore aims to present how the transmedia narrative produced on YouTube brings benefit and harm in broadcast news in an increasingly connected society and consumer non-traditional media outlets, as social media have more compelling narratives this new audience.

Keywords: YouTube, transmedia, news, opinion, technology.

Introdução

As mídias digitais, cada vez mais, adentram o cotidiano da civilização moderna e muda os processos comunicacionais antes lineares, de um para muitos, para uma comunicação de muitos para muitos, devido as ferramentas que estas novas tecnologias proporcionam. Além de proporcionar métodos inovadores de comunicação interpessoal, as tecnologias digitais também trouxeram ferramentas que possibilitaram aos usuários da rede produzirem conteúdo e formam, assim, canais alternativos de notícias e opiniões. Esta realidade onde a audiência não apenas consome, mas produz informação, ganhou nos últimos tempos muito destaque e audiência, e o público cada vez mais acessa estes formadores de opinião não-convencionais como fonte de conhecimento.

Dentro de um panorama onde produtores de conteúdo informal (no sentido de não fazerem parte da denominada mídia tradicional) potencializado pelas tecnologias digitais conectadas, quem ganha destaque neste cenário são os YouTubers. Estes formadores de opinião das mídias sociais produzem conteúdo para o site de streaming de vídeos YouTube, da Google, onde recebem dinheiro através do programa de parceria do Google e atraem milhões de espectadores que não só apreciam o trabalho que realizam na rede, mas também acreditam fielmente nas suas opiniões, principalmente pela forma diferente de contarem história ou darem opiniões.

Entra então, no contexto de novas formas de narrativas que os YouTubers utilizam para contarem história e notícias, transforma como a informação chega às novas gerações. Janet H. Murray (2003, p. 41) afirma que “o cultivo técnico e econômico desse fértil e novo meio de comunicação gerou muitas variedades novas de entretenimentos narrativos”. A autora ainda completa que as mídias digitais ainda trazem consigo um novo meio de expressão que se diversifica tanto quanto os livros e o cinema, porém, as ferramentas digitais não devem ser comparadas com meios tradicionais de comunicação, e sim ser analisado através de perspectivas diferentes (2003, p.41).

Porém, apesar da narrativa mais atraente e inovadora criada com as tecnologias digitais, nas quais também prometem a liberdade do fluxo e troca de informações, a realidade é diferente. Os algoritmos de empresas como Google e Facebook possuem códigos que mineram os dados dos usuários de seus serviços e disponibilizam conteúdo personalizado a cada interagente. Apesar de a primeira vista ser algo favorável, já que apenas informações de interesse pessoal chega a cada interagente, isto também gera ‘bolhas de conhecimento’, que pode gerar desinformação e radicalismos, como acontece no atual cenário de crise política no Brasil.

Portanto, este trabalho analisa o impacto das novas narrativas criadas pelos YouTubers e como a transmedia feita por eles, unidas aos algoritmos de personalização de conteúdo das empresas que oferecem as ferramentas digitais geram benefícios e malefícios na disseminação de informações e notícias. E, para o estudo, será utilizado o cenário político atual brasileiro, e como os YouTubers tiveram grande influência nos acontecimentos político-social do país.

As novas narrativas da web: transmídia e participação da audiência

O pesquisador Steven Johnson (2003, p.28) descreve o espaço urbano da sociedade moderna como uma complexidade organizada. Nas palavras do autor, a complexidade “em primeiro lugar [...], como uma complexidade sensorial, a cidade expandindo o sistema nervoso humano até seus extremos e, no processo, ensinando uma série de novos reflexos – abrindo caminho para uma série complementar de valores estéticos” (2003, p.28). Neste sentido, Johnson (pp.28-29) explica que através desta complexidade onde a própria cidade ensina a sociedade, são criadas regras que auto-organizam a cidade, que então começa a tomar decisões com base nos padrões sociais que são criadas através da interação humana ocorrida dentro do espaço urbano. Johnson (2003, p.111) traz então seu conceito de complexidade para a web. O pesquisador associa o espaço urbano com o ambiente em rede ao dizer que “algumas dessas habilidades sociais auto-regulatórias se traduzem no ciberespaço- particularmente em um foro de discussão ou em uma troca de mensagens de correio eletrônico, onde os participantes têm tempo e espaço para expressar longamente suas ideias”.

Nesta direção, a internet também começa a criar suas auto-organização com a criação de regras que os interagentes criaram para conviver dentro do ambiente em rede. “Junto com as mudanças nas ruas, a internet passou rapidamente de um meio de comunicação apático para um *demos*, um *povo* com cultura, valores e aspirações comuns. Tornou-se um espaço em que a história acontece, um espaço com o qual as pessoas identificam e até sentiam que vinham dele” (Assange, 2015, p.27, grifos do autor). A partir da reflexão de Assange, é possível inferir, então, que a internet na sociedade moderna tornou-se tão importante quanto a rede elétrica por sua capacidade de mudar a civilização e a cultura social, uma tecnologia que passa de entretenimento para essencial, além de desenvolver os processos comunicacionais antes destinados a tecnologias analógicas e de vias únicas, para um processo comunicacional com tecnologias digitais com várias vias possíveis para mandar e receber mensagens.

A estrutura de um ambiente em rede, então, favorece o surgimento de produtores de conteúdo independentes, que não necessitam mais pertencerem a um veículo de comunicação. O pesquisador Yochai Benkler (2006, p.9) explica que ocorreu, com as tecnologias digitais, uma mudança na economia da informação, onde antes os donos dos meios de comunicação escolhiam o que seria publicado ou transmitido e agora existem várias plataformas alternativas de comunicação. É dentro deste contexto de mudança do modelo comunicacional e informacional, que possibilitou novas formas de produção de conteúdo.

O pesquisador Henry Jenkins (2009, p.37) entende que o surgimento de novos canais de comunicação permitido pelas tecnologias digitais possui o fator de convergirem e se completarem. O autor chama este fenômeno de convergência de modos que permitem um conteúdo fluído em diferentes canais, assume formas distintas quando recebidas e são repassadas por canais diferentes (2009, p.37). Jenkins a partir de sua análise da convergência de modos, onde a informação agora pode ser transmitida e repassada por diversos canais diferentes, cria o conceito de Transmídia (2009, p.138). O pesquisador define a transmídia como “uma história [...] desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (2009, p.138).

A narrativa transmídia com sua capacidade contar histórias através de diversos canais e enfoques diferente, descreve a natureza criativa do ambiente em rede. Clay Shirky (2011, p.54) descreve como as mídias digitais potencializa a criação de conteúdo na rede, e conclui que as mídias digitais “com suas perfeitas versões intercambiáveis e suas capacidades de conversação, com sua produção simétrica e seu baixo custo, fornece recursos para grande parte do comportamento generoso, social e criativo que presenciamos” (2011, p.54). Diante da afirmação de Shirky, onde as tecnologias digitais permitem um comportamento colaborativo na rede, os interagentes (ou usuários) se tornam, então, em consumidores e produtores de conteúdo. O futurista Alvin Toffler (2012, p.340-343) define o prossumidor “é um indivíduo que produz e consome coisas, não apenas conhecimento ou conteúdo, mas que produz sua própria ‘coisa’” (Antunes, 2015, p.112). É a partir de todo este cenário, de tecnologias digitais cada vez mais presente na sociedade onde a barreira de ciberespaço e

espaço urbano está se diluindo, com a formatação de narrativas transmídias e com o interagente que produz e consome 'coisas', que o YouTube ganha destaque e se torna um dos principais canais de mídia da Era Digital.

Os YouTubers: os novos formadores de opinião

O YouTube surgiu em 2005 como um site de streaming de vídeos na internet que trazia ferramentas mais simples para os usuários postarem seus vídeos sem ter a necessidade de alto conhecimento técnico.

O YouTube não estabeleceu limites para o número de vídeos que cada usuário poderia colocar on-line via upload, ofereceu funções básicas de comunidade, tais como a possibilidade de se conectar a outros usuários como amigos, e gerava URLs e códigos HTML que permitiam que os vídeos pudessem ser facilmente incorporados em outros sites, um diferencial que se aproveitava da recente introdução de tecnologias de blogging acessíveis ao grande público (Burgess & Green, 2009, p.17-18).

O site, então, começa a ganhar destaque até que, em 2006, é comprado pelo Google por 1,65 bilhão de dólares. Em 2008 o YouTube já contava com 85 milhões de vídeos postados e passou a ser o líder do mercado de internet em streaming de vídeos. Um dos fundadores do site, Jawed Karim,

afirma que o sucesso do site se deve à implementação de quatro recursos essenciais: recomendações de vídeos por meio da lista de "Vídeos Relacionados", um link de e-mail que permite o compartilhamento de vídeos, comentários (e outras funcionalidades inerentes a redes sociais) e um reproduutor de vídeo que pode ser incorporado (embed) em outras páginas da internet (Gannes citado em Burgess & Green, 2009, p.19).

Os pesquisadores Burgess e Grenn (2009, p.21) descrevem que o YouTube não está propriamente no mercado de vídeos, mas é um sistema que agrega conteúdo e não o gera conteúdo por si próprio, essa função são dos usuários do site. O YouTube, então, é uma plataforma para compartilhamento de vídeos feitos pelos usuários da rede, que atraem mais audiência e mais produtores de conteúdo on-line. Burgess e Grenn então concluem que o YouTube "desempenha uma função para os produtores de vídeo, atraindo a atenção para o conteúdo ao mesmo tempo em que oferece uma participação em dinheiro nas vendas de anúncios no site" (2009, p.21).

O YouTube, então, cria uma comunidade onde o produtor de conteúdo não apenas gera o conteúdo para ser compartilhado, mas também tem a possibilidade de lucrar com a sua produção. A possibilidade de ganhar dinheiro com o site atraiu ainda mais a atenção da rede, pois agora o usuário que consome e produz conteúdo, teria a oportunidade de transformar sua atividade na rede em renda. Este é um dos pontos fortes do YouTube: ampliou o mercado de vídeos on-line, em transmissão por streaming.

O site do YouTube⁹⁴ disponibiliza algumas estatísticas para demonstrar o sucesso da plataforma. Segundo as informações contidas na página de estatísticas do site, o YouTube hoje possui mais de um bilhão de usuários, o que corresponde a um terço dos usuários da internet, e o tempo de exibição do site cresceu 50% por três anos seguidos. Ainda segundo as estatísticas do site, desde março de 2014, o número de pessoas que assistem ao YouTube por dia cresceu 40%. Além disso, o site possui versões locais em 88 países e pode ser navegado em 76 línguas diferentes. Os dispositivos móveis também são outra ferramenta importante para o sucesso do YouTube. As estatísticas que o site fornece indica que a quantidade de horas gastas por usuário assistindo vídeos em dispositivos móveis cresce 100% ao ano e mais da metade das visualizações que o YouTube recebe nos vídeos postados no site são de dispositivos móveis.

Os números que indicam os ganhos em publicidade do site, a fonte de renda principal do YouTube, também demonstram o sucesso da página, ao trazer grandes anunciantes cada vez mais a investirem. Segundo as estatísticas que o YouTube disponibiliza mostra que os parceiros do site, ou seja, os produtores de conteúdo, tiveram um aumento em suas receitas de 50% anuais. Além disso, canais que recebem pelo menos uma cen-

94 <https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>

tena de milhar de dólares cresce 50% ao ano. Este lucro é proveniente das marcas que investem no site, e as 100 principais marcas globais já investem no YouTube.

As estatísticas mostram o sucesso do YouTube como um veículo de mídia já disseminado e introduzido dentro do cotidiano dos usuários da rede, que criam conteúdo, assistem, compartilham e debatem os conteúdos produzidos. O que começou como uma produção cultural marginal, formou um mercado que não para de crescer. Henry Jenkins (2009, p.349) ilustra a transformação do YouTube em uma mídia forte e presente.

No contexto cultura do YouTube, o que já foram consideradas atividades marginais passaram a ser cada vez mais normais, com cada vez mais pessoas rotineiramente checando e discutindo conteúdos produzidos por amadores, e com as instituições das mídias de massa rotineiramente reconsiderando seus métodos a fim de incorporar esse local alternativo de atividade cultural (2009, p.349).

A afirmação de Jenkins demonstra que o YouTube se tornou em um veículo de mídia que não só traz entretenimento aos usuários do site, mas também é uma fonte de debate, de informação e conhecimento. A grande audiência que os vídeos recebem possuem poder de influência tão forte quanto a mídia tradicional, porém com uma linguagem mais atraem, coloquial, transmidiática, onde permite que a mensagem seja mais agradável à audiência, diferente da forma utilizada pela mídia convencional, mais formal. "De que forma se realiza esta discussão cultural, social e política no YouTube? No YouTube, imagens digitais, som e texto são mobilizados criando uma linguagem marcada por criatividade e subversão, em particular no que se refere ao debate político" (Silva,2014, p.44).

Silva continua sua análise sobre como as mensagens são produzidas no YouTube, o que a pesquisadora chama de subversão, ao dizer que "de forma recorrente, referências da cultura pop, e em especial da produção dos grandes conglomerados de entretenimento, são evocadas e utilizadas na crítica vídeo elaborada pelos utilizadores" (2014, p.49). A autora completa sua análise ao concluir

Os YouTubers utilizam a remistura e o humor como formas de expor as fragilidades dos políticos e do sistema político, seguindo a longa tradição dos satiristas, contrariando as mensagens criadas no contexto da comunicação política institucional. A remistura implica a exposição tanto das estratégias destes actores políticos, como do funcionamento interno dos media e das relações entre ambos (2014, p.56).

As mensagens em formatos mais subversivos produzidas pelos YouTubers, então, os coloca como os novos formadores de opinião, principalmente para os jovens. Motta, Bittencout e Viana (2014, p.7) analisam o fenómeno Youtuber como

Ao observarmos os Youtubers, é possível analisá-los sob o prisma do modelo teórico dos líderes de opinião. Seus vídeos abordam conteúdos diversificados, mas, em geral, focam na discussão sobre acontecimentos de relevância midiática. Por essa razão, os Youtubers podem ser considerados líderes de opinião para o público que os assiste.

Os autores ainda completam a análise sobre os YouTubers ao detalharem a lógica que utilizam para a produção de seus conteúdos. "O Youtuber consome algum conteúdo da mídia e, segundo os critérios de filtragem do seu canal, determina que tal conteúdo é relevante para ser comentado" (Motta et al, 2014, p.8). A escolha do que o Youtuber irá noticiar em seu canal impacta e influencia diretamente a audiência. Motta et al, (2014, p.8) explicita esse como acontece esta interação entre o conteúdo produzido pelo Youtuber e seu público ao afirmarem que o "internauta consome as notícias sob o ponto de vista do Youtuber, com uma dupla presença da mídia: a dos meios de comunicação e a do líder de opinião por meio da internet". Motta et al. terminam sua análise sobre o poder de influência do Youtuber ao afirmarem que

Apesar disso, o Youtuber apresenta-se como sujeito anônimo, pelo fato de não ser celebridade das mídias tradicionais, o que lhe proporciona certa legitimidade perante os assinantes de seu canal (é uma pessoa anônima falando para outros anônimos). Por essa razão, é reconhecido como líder, tornando-se, com o passar do tempo, uma celebridade midiática da internet (2014, p.8).

Diante deste cenário em que o YouTube é cada vez mais utilizado pelos usuários, principalmente em dispositivos móveis como mostra as estatísticas do site, com o grande poder de influência que possuem em seus públicos, os YouTubers também são responsáveis pelo conhecimento que repassam a sua audiência. Porém, podem repassar informações erradas ou radicalizar ideologicamente seus seguidores justamente por deterem tamanha influência naquele que os assistem. Foi o que aconteceu dentro do YouTube brasileiro na crise política que o país vive atualmente.

Os algoritmos de personificação de conteúdo e as bolhas de conhecimento do YouTube

Os algoritmos são conjuntos de regras, feitas através de linhas de códigos, que indica ao software, programa ou site qual tarefa deve realizar por meio de um processamento lógico de dados. Eles são a base da informática e também da programação feitas em sites. O algoritmo do Google, que permitiu fazer buscas de páginas na internet, foi revolucionário pela forma como ele conseguia buscar as páginas de forma eficiente e precisa. Porém, nos últimos tempos, estes algoritmos estão sendo programados para personalizar o conteúdo dos usuários, ao selecionarem para ele as preferências de cada um. Isso é permitido pelo algoritmo fazer uma análise das informações mais acessadas pelo usuário, o algoritmo então cruza estes dados e devolve ao usuário apenas conteúdos que mais agrada ao usuário.

Em um primeiro momento, um algoritmo que personaliza as informações para o usuário é parece benéfico, já que o usuário teria acesso mais rápido aquilo que realmente o interessa. Porém, esta prática pode criar bolhas de conhecimento e ser prejudicial em uma sociedade, pois pode espalhar desinformações e radicalizar discursos políticos. “Os algoritmos deixaram de funcionar como uma receita tradicional de bolo e se adaptaram ao gosto do freguês” (Gandour citado em Carpanez, 2016). Carpanez (2016) destaca que

Já o Facebook afirma que seus 1,3 bilhão de usuários podem receber 1.500 novas histórias por dia, considerando status, links, fotos e vídeos. Mas o sistema faz uma filtragem, priorizando 300 delas. O Twitter deve adotar uma linha parecida. A empresa cogita destacar posts que o internauta deveria ver e também disponibilizar uma linha do tempo personalizada para novos usuários - eles receberiam conteúdo de seu interesse, mesmo sem escolher quem seguir.

O pesquisador Eli Pariser (citado em Carpanez, 2016) explica que “em troca do serviço de filtragem, damos às grandes empresas uma enorme quantidade de dados sobre nossa vida diária”. Já a pesquisadora Gisele Pappa (citado em Carpanez, 2016) analisa que “se quiser privacidade, você terá de abandonar dispositivos conectados à internet, voltar a armazenar arquivos em pendrive e ter um celular que só faz ligações, em vez de um smartphone. É uma escolha; informação personalizada vem ao custo de privacidade”. A afirmação da autora apresenta a realidade de uma sociedade conectada: a existência de monopólios digitais, empresas que dominam toda a internet e não deixa escolha aos usuários sobre quais serviços usarem on-line, como é o caso do Google, dona do YouTube.

O fundador do site WikiLeaks, Julian Assange (2015, p.38) exemplifica como o Google tem impacto nos interagentes na rede. “O logo colorido lúdico do Google é estampado na retina humana mais de 6 bilhões de vezes por dia e 2,1 trilhão de vezes por ano – uma oportunidade de condicionamento pavloviano como nenhuma empresa da história teve” (Assange, 2015, p.38). Assange (2015, p.41) continua sua análise sobre o Google ao dizer que a empresa fornece serviços gratuitos, o que seduz os usuários, mas que também utiliza os dados pessoais cedidos de cada interagente para lucrar ao disponibilizar publicidade dirigida ao gosto dos usuários. Assange, então completa seu raciocínio ao afirmar

À medida que cresce o monopólio do Google na área de busca e serviços de internet, e ele estende a vigilância industrial para maior parte da população do planeta, dominando rapidamente o hemisfério sul, ele se torna praticamente a própria internet para muitas pessoas. A influência do Google sobre escolhas e o comportamento de todos os seres humanos se traduz em um poder concreto de influenciar o rumo da história (2015, p.41, grifos do autor).

Assange (2015, p.53) ainda explica como o Google faz para recolher os dados pessoais de cada usuário, o dono do WikiLeaks diz que “cada dispositivo envia ao Google estatísticas de utilização, localização e outros dados. Isso lhe dá um poder sem precedentes de vigiar e influenciar as atividades de seus usuários, tanto na internet quando em suas atividades cotidianas”. Todos estes fatores de personalização de conteúdo que o algoritmo do Google disponibiliza afeta diretamente o YouTube. A página de streaming de vídeos disponibiliza uma seção de vídeos recomendados e as recomendações, então, sempre estarão atreladas as informações mais procuradas pelos usuários, o que forma uma bolha de conhecimento, já que o usuário é bombardeado por uma grande quantidade de conteúdo direcionado. Assim, se torna difícil para o interagente buscar por conteúdos diferentes daqueles que já está disponibilizado a ele pelo algoritmo do Google, por estes conteúdos já atendem as suas necessidades.

Ronaldo Lemos (citado em Carpanez, 2016) explica o perigo que as bolhas de conhecimento criadas pelos algoritmos de personificação de conteúdo, ao afirmar que “o usuário pode acabar cercado por um contexto de informação específico e nem perceber isso. Os algoritmos não são programados para dar uma visão geral do mundo, mas sim para aumentar o tempo de permanência e o lucro dos sites”. Já Cristiano Nabuco (citado em Carpanez) alerta que “a bolha funciona como um anteparo, deixando o sujeito mais engessado dentro de suas próprias crenças”.

O perigo das bolhas de conhecimento descritas pelos autores que limita o conteúdo que chega ao usuário das redes, pode ser exemplificado com a crise política brasileira. O YouTube, como já foi visto, se tornou um veículo de informação confiável para quem acessa o site. O consumo de notícias e informações através do site influencia decisões e ideologias a serem seguidas. Dentro do YouTube brasileiro há uma grande quantidade de canais ideologicamente conservadores, que foram muito atuantes durante o processo de impeachment da presidente Dilma Roussef. YouTubers davam notícias diárias sobre o processo de afastamento da presidente e tecia opiniões sobre a mesma e seu partido, o Partido dos Trabalhadores (PT). O tom das mensagens passadas pelos YouTubers conservadores ou de oposição foi agressivo e começaram uma campanha de desmoralização da presidente e dos defensores de Dilma. Palavras como bandidos, ladrões e terrorista (devido ao passado de guerrilheira da presidente durante a ditadura militar brasileira de 1964 a 1984) foram usadas pelos YouTubers para em relação a presidente e seus defensores.

A bolha de conhecimento, além do impeachment, também gerou discursos agressivos com relação a outros temas. YouTubers tiveram grande influência em disseminar ideologias preconceituosas aos homossexuais, em pedir a morte de criminosos, ao direito de possuir armas e um forte apego a religião cristã. YouTubers também começaram a disseminar que o PT é um partido comunista e que teria como objetivo fundar uma ditadura comunista no Brasil. A onda conservadora no YouTube, potencializada pelas bolhas de conhecimento, polarizou o debate político no país e provoca até agressões nas ruas brasileiras, daqueles contra a presidente e a favor dela. As bolhas de conhecimento, então, radicalizaram o discurso político no Brasil, o que agravou ainda mais a crise política vivida no país. Inclusive, há quem defenda a volta da ditadura militar no Brasil e defendam a prisão e tortura do que chamam de comunistas.

Portanto, as bolhas de conhecimento radicalizam o debate político no país, com YouTubers produzindo discursos agressivos. O resultado se vê nas ruas, com agressões físicas e palavras de ódio. Então, as bolhas de conhecimento gerada pelos algoritmos de personificação de conteúdo podem ser úteis para a procura de produtos ou vídeos de entretenimento, porém, quando relacionada a conhecimento e debate político, podem tornar informações erradas em verdades absolutas e polarizar a sociedade politicamente, o que é prejudicial para a democracia de um país.

Conclusão

O YouTube disponibiliza uma grande quantidade de vídeos para os usuários. Dentro do site é possível assistir desde uma apresentação de trabalho acadêmico até a tutorias de como cozinhar. Possui o potencial de trazer conhecimento para a sociedade, cada mais conectada e que acessa o site com frequência. Porém, a desinfor-

mação ainda é constante no site e é maximizada pelos algoritmos de personificação de conteúdo, que fornece uma imensa quantidade de informação para o interagente, e por este acreditar que toda aquela informação é verdadeira, a toma como conhecimento a ser absorvido e seguido.

A influência que os YouTubers possuem hoje na disseminação de informação é uma realidade. Possuem grande audiência, milhões de seguidores, e alguns mesmo os tratam como verdadeiros ídolos, exemplos a serem seguidos. Colocam o YouTuber em um patamar de celebridade, onde até mesmo já aparecem em programas de televisão, escrevem livros, participam de eventos diversos. Possuem, em muitos casos, mais audiência que grandes jornais impressos, de revistas e de emissoras de rádio de TV. O YouTuber não é mais apenas um anônimo, eles já fazem parte da grande mídia devido a abrangência de público que possuem, e a influência que fazem, principalmente nos jovens, tem de ser tratada com mais responsabilidade por parte dos YouTubers. Por mais que a mídia tradicional tenha seus equívocos e interesses comerciais, ainda possui alguns parâmetros para a produção de mensagens, como por exemplo evitam o discurso de ódio, imagens preconceituosas, entre outros fatores. O YouTube, então, ainda carece de formas responsáveis de transmissão de informação, tendo como consequência a desinformação.

Há ainda o fato de que os próprios YouTubers ainda não se consideram uma mídia de massa e responsável. Tratam seus canais como veículos nos quais podem fazer e falar o que quiserem, sem se importarem com as consequências de seus atos. Esta liberdade, em boa parte dos casos, gera conteúdos criativos e que praticam com perfeição a narrativa transmídia, mas também podem gerar consequências desastrosas, como aconteceu no caso da crise política brasileira. No decorrer da crise, que ainda acontece, a desinformação foi e continua constante, com os usuários sendo bombardeados com informações noticiadas e opinadas pelos YouTubers sem qualquer filtro se aquela informação tem veracidade.

Aliado a isso há também os algoritmos de personalização, que cria as bolhas de conhecimento que ao invés dos YouTubers as romperem, as trazer conteúdo diversificado aos seus canais, continuam a alimentar a bolha com a produção de conteúdo linear, uma vez que a diversificação de conteúdo pode gerar diminuição na audiência de seus canais, o que também acarretaria na perda de dinheiro. Pois a lógica do YouTube é: quando mais visualizações tem um vídeo, mais renda para o produtor de conteúdo.

Portanto, os YouTubers precisam tomar consciência da influência que possuem na sociedade moderna. Suas opiniões trazem consequências para a sociedade e influenciam toda uma geração de jovens que os idolatram.

Referência bibliográficas

- Antunes, B. C. D. (2015). *O uso das tecnologias da informação na liberação de dados na rede: o caso Wikileaks*. Saarbrücken, Alemanha: Novas Edições Acadêmicas.
- Assange, J. (2015). *Quando o Google encontrou o WikiLeaks*. São Paulo, Brasil: Boitempo.
- Burgess, J., Green, J. (2009). *YouTube e a revolução digital. Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. Acesso em: http://www.editoraaleph.com.br/site/media/catalog/product/f/i/file_32.pdf.
- Carpanez, J. (2016). A nova bolha. Uol. Acesso em: <http://tab.uol.com.br/nova-bolha/>
- Jenkins, H. (2009). *A cultura da convergência*. São Paulo, Brasil: Aleph.
- Johnson, S. (2003). *Emergência: vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares*. Rio de Janeiro, Brasil: Zahar.
- Motta, B. S., Bittencout, M., Viana, P. M. F. (2014). A influência de YouTubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento beleza, games e ideologia. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. V.17, n. 3. Acesso em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/1013/794>
- Murray, J. H. (2003). *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo, Brasil: Editora Unesp.
- Shirky, C. (2011). *A cultura da participação*. Rio de Janeiro, Brasil: Zahar.
- Silva, P. D. d (2014). As remisturas satíricas no YouTube: criatividade e subversão nas lutas de poder simbólico e cultural. *Estudos em Comunicação*, n^a 15, 41-60. Acesso em: http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/3754/1/PDS_sati-ras_YouTubeESTCOM.pdf

Aportes de la Radio Universitaria para el logro de los objetivos misionales de la Universidad

Contributions of the University Radio for achieving mission objectives of the University

Contribuições de Rádio da Universidade para alcançar os objetivos da missão Delos University

Damaris Ramírez Bernate

dramirez@uniquindio.edu.co

Magíster en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Medellín. Licenciada en Tecnología Educativa de la Universidad del Quindío. Docente investigadora adscrita al programa de Comunicación Social – Periodismo, Universidad del Quindío. Asesor de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes, docente de las asignaturas de Radio, Nuevas Tecnologías, Asesor de Proyectos de grado y de pasantía de la Universidad del Quindío.

Pedro Felipe Díaz Arenas

pfdiaz@uniquindio.edu.co

Doctor en Ciencias de la Educación Línea pensamiento y comunicación, Universidad Tecnológica de Pereira. Magíster en Comunicación Educativa. Comunicador social, Docente investigador y Decano de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes de la Universidad del Quindío. Asesor de Proyectos de grado y de pasantía de la Universidad del Quindío.

Resumen

Esta investigación propone identificar cómo contribuyen las emisoras universitarias al logro de los objetivos misionales de las universidades del Eje Cafetero en Colombia.

En los departamentos de Quindío, Caldas y Risaralda hay emisoras universitarias análogas como digitales y aunque tienen parrillas de programación variada, este trabajo se concentra en determinar los contenidos o formatos radiales que apuntan a la difusión o fortalecimiento en las áreas de docencia, investigación y proyección social de las que deben dar cuenta las universidades.

La obligatoriedad de las universidades de alcanzar la acreditación de sus programas como de sus procesos administrativos, y dado que no hay evidencias de estudios similares a este, los investigadores quieren aportar mediante el presente trabajo algunas recomendaciones para que las emisoras se articulen de una forma más prolija a este proceso de calidad que es para todas las entidades de educación superior un paso inaplazable e insustituible si quieren seguir abiertas y vigentes. Es allí mismo en estas emisoras, que encontramos diversas narrativas alternativas, unas enfocadas hacia el periodismo y otras hacia la comunicación social, acercándonos a los contenidos que desarrollan sus realizadores y que en la cual a través de ellos se generan nuevas estructuras de producción y programación.

Palabras clave: Radio Universitaria, objetivos misionales, apropiación tecnológica, proyección social, narrativas alternativas, investigación.

Summary

This research aims to identify how college radio contribute to achieving mission objectives of universities in the coffee in Colombia.

In the departments of Quindio, Caldas and Risaralda no college radio analog and digital and even have grills varied program, this work focuses on determining the contents or radio formats aimed at diffusion or strengthening in the areas of teaching, research and outreach social of which must account universities.

The obligation of universities to achieve the accreditation of their programs and their administrative processes, and since there is no evidence of similar studies to this, the researchers want to contribute through this paper some recommendations for broadcasters are articulated in a more wordy to this process quality is for all higher education institutions

cannot postpone and irreplaceable if they want to open and current step. It is right there in these stations, we found various alternative narratives, some geared towards journalism and others to social communication, approaching the content they develop their directors and in which through them new production structures and programming generate.

Keywords: University Radio, mission objectives, technological appropriation, social projection, alternative narratives, research.

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo identificar como rádio da faculdade contribuir para atingir os objetivos da missão das universidades no café, na Colômbia.

Nos departamentos de Quindío, Caldas e Risaralda nenhuma rádio da faculdade analógicos e digitais e até mesmo ter grades programa variado, este trabalho centra-se na determinação dos conteúdos ou formatos de rádio destinadas a difusão ou o reforço nas áreas de ensino, pesquisa e extensão social do qual deve levar em conta universidades.

A obrigação das universidades para conseguir o credenciamento de seus programas e seus processos administrativos, e uma vez que não há nenhuma evidência de estudos semelhantes a este, os investigadores querem contribuir através deste papel algumas recomendações para as emissoras são articuladas de uma forma mais prolixo a este processo de qualidade é para todas as instituições de ensino superior não pode adiar e insubstituível, se quiserem abrir e passo atual. É ali nestas estações, encontramos várias narrativas alternativas, algumas voltadas para o jornalismo e outros para a comunicação social, a abordagem do conteúdo que eles desenvolvem seus diretores e em que através deles novas estruturas de produção e programação de gerar.

Palavras-chave: Rádio Universidade, objetivos da missão, apropriação tecnológica, projeção social, narrativas alternativas, de investigação.

Introducción

La presente investigación analiza los aportes que hace la Radio Universitaria del Eje Cafetero Colombiano, constituido por Quindío, Risaralda y Caldas; a los objetivos misionales de las universidades de la región. Tanto las emisoras análogas como las ciberrádios⁹⁵ hacen parte de este proceso de investigación, observándolas desde la concepción de la emisora universitaria, pues es un medio de comunicación apetecido por estudiantes, docentes y comunidad en general por el formato y el contenido que manejan, partiendo de teorías propuestas por diversos estudiosos en que la situación actual de las emisoras objeto de estudio muestran el contenido de los audios transmitidos desde sus diales y desde sus sitios web presentando diversas propuestas y recursos; también se hallan realidades que las asemejan en cuanto a sus objetivos y en las formas de contar las necesidades locales.

Se parte de un estado del arte y de actualidad que vive la radio universitaria en nuestro país, es por ello que esta propuesta de investigación busca en su contenido y las formas de abordar la radio universitaria precisamente encontrando los aportes que hacen para el cumplimiento y el logro de los objetivos misionales desde la radio para con la universidad, haciendo una construcción de conocimiento y con miras a la utilización y participación de otras emisoras universitarias. En este sentido la investigación busca responder los siguientes objetivos.

Objetivos

1. General

- Identificar y evaluar el aporte de la radio universitaria para el logro de los objetivos misionales en docencia, investigación, proyección social de las universidades en el Eje Cafetero.

2. Específicos

- Reconocer los contenidos de la radio universitaria tradicional y virtual del Eje Cafetero que contribuyen al logro de los objetivos misionales de las universidades.

⁹⁵ Cebrian H, (2013) Define las auténticas radios en internet como ciberrádios.

- Evaluar la incidencia de los programas radiales universitarios en el logro de los objetivos misionales de las universidades de Quindío, Risaralda y Caldas.
- Proponer ajustes en las parrillas de programación y en los contenidos de los programas de las emisoras universitarias para que se articulen al logro de los objetivos misionales de las universidades del Eje Cafetero.
- Diseñar estrategias de convergencia para que tanto la radio tradicional como virtual le apunten de manera permanente o temporal al logro de los objetivos misionales de las universidades del Eje Cafetero.

Estado del Arte

Hoy en día se habla mucho del tema de la Radio Universitaria, pero poco o nada se encuentran estudios relacionados con el logro de los objetivos misionales que debe cumplir como aporte a la Institución que los alberga, en este caso a la Universidad, es por ello que este estudio busca aproximarse a esos contenidos y las formas de abordaje que hoy en día desarrollan los realizadores de las emisoras universitarias identificando en 5 casos de estudio el aporte a los objetivos misionales de la universidad.

En Colombia existen en la actualidad algunos estudios sobre la radio universitaria orientados hacia la radio análoga, y la mayor parte de ellos se hacen sobre las radios comerciales o culturales y pocas veces sobre las radios universitarias (Villanueva, 2008), menos aún sobre las ciberrádios.

Con el ánimo de organización, en nuestro país surge la idea de creación de la RRUC Red de Radios Universitarias de Colombia, que se establece como una red de buena voluntad conformada por radios con transmisión en AM y FM y radios con transmisión exclusivamente por internet (ciberrádios) de instituciones de educación superior con fines de desarrollo académico y de comunicación, sin fines de lucro, con plena capacidad de obrar. (RRUC) Es entonces que esta Red está conformada por 63 estaciones, pertenecientes a 44 universidades⁹⁶, por todo lo largo y ancho de nuestro país.

En estudios desarrollados con anterioridad en el tema de la radio universitaria en Colombia se plantean convergencias de contenido y de utilización de herramientas tecnológicas para su difusión, planteado por Bernate (2013) en su estudio Análisis de contenido de las ciberrádios universitarias de Colombia, en la que se da una mirada general de la situación actual de las ciberrádios que cumplen con características propias de su carácter en cuanto a la creación de contenidos, el uso y adaptación de los géneros y formatos y de diversas herramientas digitales para la participación interactiva de los usuarios. En cuanto a formatos aplican formas de presentación que van desde la emisión en vivo hasta la programación a la carta, es decir la posibilidad de escuchar o descargar *podcast*. Todo lo anterior reitera su comportamiento como auténticas ciberrádios.

En los hallazgos citados por Bernate, (2013) y siguiendo al profesor Ventín, (2013), el mayor porcentaje de contenidos de las emisoras universitarias va dirigido a los musicales puros. Referido por Bautista (2013), en su reportaje "El por qué se prefiere más a las radios universitarias", es precisamente por la variedad de géneros musicales que ofrecen y, aún más, la facilidad de acceder a ellos en la web.

Desde sus características generales, las Radios Universitarias nacen de la necesidad de comunicar y ser escuchados, al no encontrar cabida en la emisora convencional, los estudiantes buscan nuevas formas de ser sentidos. Las emisoras construyen su Misión, al tomar como base los lineamientos legales impartidos por el Ministerio de las Tecnologías de Comunicación e Información; igualmente intentan reflejar la concepción de espacios de investigación, el trabajo colaborativo, la docencia, espacios de opinión, la participación activa de los estudiantes; contribuyendo al desarrollo cultural de las diversas zonas del país y al mismo tiempo, afianzar el aporte social que deben tener estas radios.

⁹⁶ RRUC, en su última actualización de enero de 2016.

Sobre la modernización que ha traído consigo *la tecnología*, ha impactado sin duda el interés de las nuevas generaciones e impulsado el desarrollo de la radio universitaria pues la digitalización ha cambiado la forma de hacer radio. Están presentes entonces factores decisivos como la capacitación en la apropiación de las nuevas tecnologías y como la modernización de los equipos para afrontar dicho cambio (Ascun, 2004).

En el trabajo *"Estilos de vida, identidad y prácticas de consumo de usuarios y no usuarios de las Radios Universitarias emitidas por internet de la ciudad de Bogotá"* que se lleva a cabo por Javeriana Estéreo 91.9 f.m. y la RRUC, en el que se pretende caracterizar e identificar a los usuarios y no usuarios de las emisoras en internet acercándonos a un estudio de audiencias y que sigue las recomendaciones de qué investigar y las propuestas de los encuentros de la RRUC (Red de Radios Universitarias de Colombia).

William Zambrano ha elaborado el artículo denominado: *"Radiografía de las emisoras Universitarias en Colombia"*. Zambrano (2013), analiza particularmente las diversas fortalezas y debilidades que actualmente viven las radios universitarias de nuestro país al integrar las nuevas herramientas tecnológicas para la creación de contenidos, narrativas, espacios interactivos, métodos de trabajo y lenguajes. Resalta que nuestras emisoras, no pueden limitarse en el empleo de algunas técnicas de emisión y producción de programas, sino que debe extenderse a contextos y escenarios en los que la comunicación radiofónica se produce y se recibe. Advierte acerca de los contenidos de interés estudiantil, con secciones de magazine, cultura, información y música, según el estilo de la emisora pero siempre tratando temas de interés.

Conviene tener en cuenta, las recomendaciones de Zambrano para fortalecer los nuevos contenidos y los formatos de programación para que las radios universitarias sean realmente una plataforma importante de presencia y de incidencia en la sociedad. (Zambrano, 2013).

Contexto

Bajo la denominación "Interés Público" las Radios Universitarias tanto análogas como ciberradios han venido trabajando sobre los lineamientos de esta. La radio en Internet no tiene una clara reglamentación para su funcionamiento. La radio analógica debe tener una licencia del Ministerio de Tics para utilizar el espectro electromagnético. Ambos sistemas de transmisión deben pagar derechos de autor; sin embargo algunas emisoras universitarias que transmiten desde internet han venido adoptando las Políticas para la Radiodifusión en Colombia y los parámetros de la Resolución 415 de 2010 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Mintic), con respecto a las Radios de Interés Público y sus contenidos en algunos casos son compartidos bajo licencia Creative Commons Colombia.

La RRUC actualmente está conformada por 63 emisoras (9 en AM, 35 en FM y 19 Webcast), de las cuales 33 emisoras son de interés público, 11 comerciales, 4 virtuales públicas y 15 virtuales privadas que corresponden a 44 universidades, ubicadas geográficamente en toda Colombia. Y en las que proponen una difusión general relacionado con lo siguiente:

Difusión Cultural: transmisión de programas de interés cultural para la formación de públicos en el conocimiento de la música de las diversas regiones del país y del mundo, transmisión de eventos, magazines, programas temáticos, programas de radios internacionales, informativos, etc.

Divulgación Académica: difundir la ciencia y la educación, estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, apoyar el proyecto educativo nacional.

Proyección Social: servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Formación de ciudadanos, participación, inclusión, diversidad, convivencia, cultura ciudadana.

La Radio Universitaria

Para definir la radio universitaria se debe encaminar a sus fines específicos teniendo en cuenta los requeri-

mientos no solo de la universidad que la alberga, sino también a las exigencias de los oyentes de cada ciudad en la que impacta la emisora, desde lo cultural, desde la difusión de información y de entretenimiento, desde la construcción de conocimiento, desde la priorización de las necesidades de sus oyentes de lo que quieren escuchar, además de cómo apunta su contenido con el logro de los objetivos misionales de las Instituciones de educación superior.

Los principales objetivos de una radio universitaria deben estar orientados a ser un canal de difusión de todo lo que se genera en las aulas, el conocimiento científico, la investigación, y toda la información relevante que se maneja en las instituciones educativas que pueden generar interés en los estudiantes; como medio de comunicación, debe permitir que aparezcan las voces que no están en otros medios (Cebrián, 2011p.34). Así bien podemos decir que las radios universitarias con sus dinámicas educativas y académicas se cambian en alternativa junto con las radios comunitarias, en los que pueden expresar todo aquello que no se hace en la radio comercial. Convirtiéndose la Radio Universitaria en un canal donde los actores universitarios (Docentes, estudiantes y administrativos) incentivan una participación que debe aportar a esa sociedad que les apuesta y que las escucha.

En el tema de la ciberradio universitaria

Las ciberradios han adquirido rápidamente una amplia evolución innovadora. Cebrián (2009) habla de "radio por Internet", donde se considera la red como medio de difusión, como un sistema más al estilo de lo que puedan ser el satélite, las ondas hertzianas o el cable. De esta manera se incorpora la radio a internet añadiendo nuevos recursos con diversas ofertas tradicionales como el correo electrónico, los chats, los foros y otros recursos para descargar, para leer, para escuchar y ver. En su mismo texto, Cebrián, (2009) se refiere a que existe otro movimiento de Internet hacia la radio al intentar incorporar en su protocolo las aportaciones de la radio: voces informativas, música y otros documentos sonoros.

Cebrián también refiere toda la gama de transformaciones y la utilización de la misma, donde las ciberradios Universitarias con contenidos para la web (*webcast*) y los demás medios de comunicación con una responsabilidad para toda la sociedad, conviven con los modelos emergentes de la plataforma de Internet y de telefonía móvil y de cada una de las plataformas para ofrecer radio a la carta, programas en *podcast*, distribuciones mediante *iTunes*, *Spotify* y otros, medios sonoros sociales fijos y móviles. (Cebrián, 2011)

La idea de creación de muchas de las ciberradios universitarias parte principalmente de algún interés de los estudiantes que pertenecen a los programas de comunicación social y periodismo y también a fines académicos, que se vieron obligados a buscar otras alternativas para la emisión de sus contenidos pues dentro de las parrillas de programación de algunas Emisoras Universitarias convencionales ya no tenían cabida; y, en otras palabras, como lo reitera Gaviria: "la mayoría de estas emisoras han nacido no como iniciativas institucionales sino como resultado de proyectos individuales, que luego fueron acogidos por las universidades" (Gaviria, 2007, p. 9).

En el sondeo realizado para esta investigación sobre las emisoras universitarias se ha encontrado que en internet actualmente existen 17 emisoras que desarrollan contenidos para la audiencia en la web, es decir sin frecuencia en el dial en el sistema tradicional y cuyos contenidos son desarrollados únicamente para emitir en la plataforma web. De ellas, 14 emisoras hacen parte de la Red de Radios Universitarias de Colombia (RRUC). Nos referimos al panorama universitario, pues existen muchas más emisoras Colombianas con transmisión exclusiva en internet de otras categorías.

Rutinas de producción

Parrillas de programación

La parrilla de programación es una herramienta que visibiliza cada uno de los programas que se emiten en la radio (Ballesteros, 2013). Se debe pensar en una oferta programática exclusiva para la radio *on line*, diferente a

la de la radio análoga, pues debe tener especificaciones para quien que está sentado frente a un computador escuchando y viendo la radio; en otras palabras la programación debe ser planteada para una radio que será también vista. Una radio para sentarse a ver.

Programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar contenidos deben brindar un servicio a su audiencia, acorde con los principios editoriales de la universidad, a los recursos humanos y técnicos de que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite. La programación también es el modo y la forma de idear y organizar el tiempo radiofónico de acuerdo a una actuación concreta. (Moreno, 2005).

La programación

Martí define de una manera eficiente la programación, teniendo en cuenta las tres características básicas que la definen:

(...) **la coherencia**, que debe existir entre los contenidos de la programación y los objetivos que pretende la emisora. **La planificación**, se refiere al hecho de que la programación no es una actividad improvisada sino que se trata de una labor coordinada entre la concepción y la producción de un programa y su emisión. **La continuidad**, es el elemento que provoca que la programación sea percibida como un *continuum* de emisión". (Martí, 2004 p. 21-22).

Muñoz y Gil (1986) consideran que "la programación radiofónica es la previsión de programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio". (p. 87) También plantean que programar es una técnica, pero al mismo tiempo, es un arte; la técnica y el arte de idear y ejecutar unos contenidos que respondan a los objetivos de la empresa radiofónica, que sean ideales a los recursos técnicos y humanos de los que se dispone, y que brinden un servicio a la audiencia a la que se dirigen.

La programación se plasma en una serie de productos sonoros y visuales que se ensamblan al interior de los géneros y formatos radiofónicos. Además, los programas deben ajustarse al entorno social, técnico, económico y legislativo del momento; en definitiva, a la coyuntura local, regional, nacional o mundial. (Sierra, 2010 p. 369)

Las emisoras universitarias están en el deber de vigilar ese contenido sonoro acordado con las juntas de programación o, en su defecto, con los realizadores y productores que se comprometen con esas dinámicas de participación. Y son los estudiantes activos de la universidad y docentes, en muchos casos pertenecientes al programa de comunicación social, quienes ponen a consideración las temáticas a desarrollar al interior de la programación.

Metodología

La presente investigación será orientada con un enfoque cualitativo en la que se precisará varios casos de estudios desde la mirada del análisis del contenido y a partir de la ubicación crítica de la triangulación de la información para su posterior verificación de resultados en el que se presentan sus diversas definiciones y una tipología de clasificación para los criterios de validez y confiabilidad de esta metodología para lograr sus objetivos en la que se identificarán los aportes que hace la Radio Universitaria a los objetivos misionales de las Universidades del Eje Cafetero.

Técnicas e instrumentos

Recolección de **Información General por Emisora**, para ello se hace la caracterización y los aspectos generales de cada una de las emisoras objeto de estudio.

Se analizan las **Parrillas de Programación** relacionadas con los nombres de los programas, contenidos de las franjas relacionadas con los aportes a los objetivos misionales de cada universidad, el tipo de emisión, público objetivo, entre otros.

Se hace la **Clasificación y evaluación** de la incidencia de los programas radiales verificando el logro de objetivos misionales de las universidades del Eje Cafetero.

La **Comparación de los Productos Radiales**, que tiene que ver con los objetivos misionales encaminados hacia la docencia, investigación, proyección social de las universidades del Eje Cafetero; teniendo en cuenta la identificación de cada programa, estética de la producción, plano general, aspectos del mensaje o comunicación, análisis e interpretación general del tema, vehículo del mensaje, y los elementos que intervienen en la creación de estilo de cualquier continuidad narrativa (géneros y formatos). (Moreno, E. 2005).

Instrumentos

Para la identificación de los aportes de la Radio Universitarias al logro de los objetivos misionales de las Instituciones de Educación Superior del Eje Cafetero se plantea las siguientes formas de recolección de información.

1. Información general de cada emisora universitaria análoga y virtual.
2. Formato de análisis de las parrillas de programación.
3. Formatos de análisis de sus contenidos relacionados hacia los objetivos misionales y la incidencia de los programas.
4. Formato para la elaboración de estrategias de convergencia.

Categorías de Análisis:

1. Caracterización de las Emisoras Universitarias del Eje Cafetero
2. Parrillas de Programación
3. Géneros, cibergéneros y formatos
4. Programas radiales
5. Estrategias de convergencia

Unidades

Universo: Emisoras Universitarias del Eje Cafetero

Unidad de Análisis: Franjas académicas habladas de cada emisora presente en sus parrillas de programación.

Unidad de Muestreo: Programas

Unidad de Registro: Estructuras de las piezas radiofónicas

Unidad de Contexto: Mensajes específicos encontrados en los audios que apunten a los objetivos misionales.

Criterio de selección de los programas de radio: Los programas son elegidos de las franjas de contenido hablado relacionados con las temáticas académicas e institucionales.

Casos de estudio

Las siguientes emisoras pertenecen a la Red de Radios Universitaria de Colombia

Universidad	Denominación	Nombre de la emisora	Ubicación
Universidad Autónoma de Manizales	Am Comercial	Radio Cóndor	1.540
Universidad de Manizales	Ciberradio Privada	UM Radio	www.umradio.co
Universidad Católica de Manizales	Ciberradio Privada	Radio UCM	www.ucm.edu.co
Universidad del Quindío	Fm Interés Público	La UFM Estéreo	102.1
Universidad Tecnológica de Pereira	Fm Interés Público	Universitaria Estéreo	88.2

Resultados directos e indirectos esperados

Directos

- Nuevos contenidos y formatos en las parrillas de programación de las emisoras universitarias que apoyen los procesos de docencia, investigación y proyección social.
- Modificaciones a los manuales de estilo de las emisoras universitarias para direccionarlas hacia la promoción de las políticas y logros en proyección social, docencia e investigación.
- Reconocimiento de las tendencias de los contenidos, orientados como punto base del interés del público.

Indirectos

- Creación o fortalecimiento de una emisora virtual universitaria que adicionalmente a su objeto misional se articulen con los ejes misionales de una universidad.
- Apoyar el proceso de acreditación de alta calidad de la Universidad del Quindío
- Fortalecer la producción y la línea de investigación en medios del programa de Comunicación Social de la Universidad del Quindío
- Abrir la senda investigativa sobre el impacto que tienen otros medios de comunicación, diferente a la radio, con que cuentan las universidades del Eje Cafetero
- Aportar a la construcción de nuevas estructuras de programación a nivel conceptual, teniendo en cuenta el interés del público.
- Sistematización y clasificación de las temáticas de los contenidos que son insumo de la producción radial de las emisoras de interés público,
- Establecer una relación de contenidos y sus diferencias entre las emisoras de cada ciudad que componen el Eje Cafetero.
- Participación de la Universidad del Quindío en proyectos conjuntos de investigación.
- Creación y fortalecimiento de la emisora virtual del programa de Comunicación social-Periodismo.

Articular las emisoras de las universidades a sus procesos misionales.

Fortalecer las parrillas de las emisoras universitarias con contenidos y formatos que apoyen las labores de investigación, docencia y extensión de las universidades.

Conclusiones

Esta investigación provocará una mirada técnica y cualitativa sobre la radio universitaria para que se revise su parrilla y contenidos con el fin de poner en práctica diferentes acciones que maximicen el apoyo, que como brazo permanente de las universidades del Eje Cafetero, le puede dar a la difusión y consolidación de las diversas tareas en materia de investigación, docencia y extensión que requieran las universidades.

Los resultados de esta investigación deberán afectar positivamente las parrillas de programación de las emisoras universitarias provocando en ellas la inclusión de programas que apoyen la difusión de las políticas de desarrollo social, docencia e investigación. Las conclusiones del presente trabajo, de ser replicadas por las universidades investigadas, pueden justificar cambios en cuanto a la intensidad, la frecuencia y el tono de los contenidos emitidos a través de las emisoras universitarias y que estén enfocados en la difusión de información institucional.

Las conclusiones de este trabajo investigativo pueden servir de marco teórico para proyectar de forma más ambiciosa en términos de cobertura e impacto, los contenidos de las emisoras universitarias y por supuesto crear nuevos medios en plataformas digitales para ampliar la penetración y cobertura de la información emanada desde las universidades.

Es posible que una vez concluida esta investigación y socializados los resultados se deban adoptar algunas medidas, consideradas inclusive como drásticas, en algunos programas o franjas de programación para incluir contenidos o modificar algunos y así reforzar la difusión de información corporativa que permita mayor claridad en los públicos de la universidad sobre los avances en materia de investigación, docencia y proyección social.

En términos económicos no se advierten consecuencias negativas en cuanto a medidas que tengan que adoptarse y que impliquen un impacto financiero para la universidad. Los cambios generados se pueden implementar sin que esto obligue a nuevas relaciones u obligaciones contractuales, compra de equipos o inversión tecnológica. Los recursos físicos y humanos con que cuente cada universidad pueden asumir los cambios a que dé lugar los resultados de la presente investigación.

Bibliografía

- Antequera, J. & Obregón, R. (2002, 10 de julio) La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en Barranquilla. *Redalyc. Revista Investigación y Desarrollo* Vol. 10 Nro. 2. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26812203>
- Asociación Colombiana de Universidades. ASCUN, (2004). *Versión preliminar de Medios de Comunicación Universitarios de Colombia. Situación Actual y Perspectivas*. Recuperado de https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.unesco.org.ve%2Findex.php%3Foption%3Dcom_fabrik%26task%3Dplugin.pluginAjax%26plugin%3Dfileupload%26method%3Dajax_download%26element_id%3D22%26formid%3D2%26rowid%3D14%26repeatcount%3D0&ei=PuS-UqWeGcb5kQfhg4CYDA&usg=AFQjCNGtxhDhphkMfi5YsdiWDM7gGKvmvQ
- Ballesteros, T. (2013, 6 de octubre). *Programe su radio. Parrilla de Programación*. (Web Blogspot). Recuperado de <http://titoballesteros.blogspot.com/2013/10/el-vestido-de-la-radio-documentos.html>
- Bernate, D. (2013) *Un viaje de sonidos por el mundo de la Radio Universitaria en internet. Análisis de contenido de las parrillas de programación, géneros, formatos, herramientas digitales e interactividad que están implementado en la web las ciberrádios universitarias de Colombia*. Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), Medellín Colombia.
- Cebrián, M. (2009). Comunicación interactiva en los cibermedios. *Revista científica de comunicación y educación*. Nro. 33. Vol. 17. DOI: 10.3916/c33-2009-02-001
- Cebrián, M. (Enero, 2011). *La Radio ante las Nuevas Tecnologías*. IX Bienal Internacional de Radio. México. Recuperado de <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=6436>
- Cebrián, M. (2011, Julio-Diciembre). La radio en el entorno de las multiplataformas de comunicaciones. *Revista Rádio-Leituras*. Año II, No. 2. Recuperado de <http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/2-cebrian-herrerros-esp.pdf>
- Creative Commons Colombia, (2015). *Licencias*. Recuperado de <http://co.creativecommons.org/>
- Gaviria, Guillermo (2007). La radio universitaria en Colombia. *Revista 91.9 La revista que suena*, (24). Recuperado en: http://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio_universitaria_en_Colombia_-_G_Gaviria.pdf
- Javeriana Estéreo 91.9 f.m. (2013). *Estilos de vida, identidad y prácticas de consumo de usuarios y no usuarios de Radios*

Universitarias emitidas por internet de la ciudad de Bogotá. Caracterización e identificación de los usuarios y no usuarios de radios universitarias emitidas por internet. Sin publicar y en curso http://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal_919/?page_id=725#.UpurxNLuLlm

- Martí, J. M. (2004). *La programación radiofónica* en Sierra, J. (2010): “Estudio de la oferta de programación de las radios autonómicas en España”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-906-368-378.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y comunicaciones. (2004, Septiembre). *Políticas para la Radiodifusión en Colombia*. Cuaderno de política Nro. 3. Recuperado de <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf>
- Ministerio de Nuevas Tecnologías y Comunicaciones. (2007) Resolución 415 de 2010.
- Moreno, E. (2005, 1 semestre). Las “Radios” y los Modelos de Programación radiofónica. *Revista Digital Communication and Society/Comunicación y Sociedad*. Vol XVIII, Nro 1. pp 61-111
- Muñoz, J. J. & Gil, C. (1994). *La radio. Teoría y Práctica*. Editorial IORTV. Madrid. Segunda edición.
- Red de Radios Universitaria de Colombia (RRUC), (2013). *Emisoras*. Recuperado de <http://www.radiouniversitaria.org/>
- Sierra, J. (2010): “Estudio de la oferta de programación de las radios autonómicas en España”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-906-368-378.
- Ventín, J. (2013). *La radio universitaria en Colombia y España: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios*. REDial Colombia. “Estado de la Radio Universitaria en Colombia comparado con el caso Universitario de España. Sin publicar y en curso. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=bbnElVmNHBUAutor>
- Villanueva, C. (2008). *La Radio Universitaria y su función social como instrumento para la integración*. Universidad Complutense de Madrid.
- Zambrano, R. (2012, Julio-Diciembre). *Radiografía de las emisoras universitarias colombianas* (pp.115-138) Respaldada por la Institución Universitaria Unipanamericana. *Revista de la Facultad de Comunicaciones* No. 28. Universidad de Antioquia. Recupero en http://www.unipanamericana.edu.co/userfiles/233_1_lodehoy_logros%20docentes.pdf

La narrativa tras el *crowdfunding*: el caso de “Ocupe a Pública”

A narrativa depois do crowdfunding: o caso de “Ocupe a Pública”

Edson Capoano

edson.capoano@espm.br

Pesquisador do Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP. Doutor pela Universidade de São Paulo (USP); mestre pela Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); pós-doutorando pela Universidade de Navarra (UNAV-Espanha). E-mail:

Resumen

Este artículo va a presentar y analizar la narrativa resultante de la campaña “Ocupe a Pública”, la Agencia Pública de Periodismo (www.apublica.org), que en 2015 abrió crowdfunding para 10 informes de investigación. Se espera presentar los resultados del proceso de capitalización del proyecto, el diálogo mantenido con la financiación y la audiencia participativa y, como objetivo principal, analizar los procesos narrativos de la combinación de un proyecto cofinanciado con la propuesta periodística independiente. La metodología de trabajo se basa en la investigación bibliográfica sobre los conceptos de crowdfunding y narrativa; y entrevista semi conducida con sobre el proceso de crowdfunding y los resultados del diálogo abierto con los donantes.

Palabras clave: periodismo; narrativa; crowdfunding.

Resumo

Este artigo irá apresentar e analisar a narrativa resultante da campanha “Ocupe Pública”, a Agência Pública de Jornalismo (www.apublica.org), que em 2015 abriu crowdfunding a 10 investigações jornalísticas. Como o objetivo principal, serão analisados os processos narrativos da combinação de um projeto de negócio com a proposta jornalística financeira independente. A metodologia baseia-se na pesquisa bibliográfica sobre os conceitos de crowdfunding e de narrativa; e a entrevista semi conduzida sobre o processo de crowdfunding e os resultados do diálogo aberto com os doadores.

Palavras-chave: periodismo; narrativa; crowdfunding.

Introducción

Hoy en día, es necesario encontrar un equilibrio entre la sostenibilidad financiera de los proyectos periodísticos y las funciones esenciales de la carrera. Crear proyectos de información específica y enfoque específico, con contenido junto con el público, participativo, parecen ser las tendencias del mercado de periodismo nativo digital. Acciones dedicadas a la función periodística, independiente, gracias a los procesos innovadores de financiación, son la resistencia de la tradición del periodismo combativo y de investigación en tiempos de crisis, por la pérdida de las audiencias y la censura mediante la reducción de los fondos anunciantes.

Una de las iniciativas más exitosas en Brasil para el financiamiento alternativo y la libertad productiva y narrativa proviene de la agencia de reportaje y periodismo investigativo Pública (<http://apublica.org/>). Se trata de un modelo no lucrativo e independiente de producción de noticias de fondo, en diálogo con los intereses de los lectores. Sus noticias, basadas en la defensa de los derechos humanos, tienen gran proceso de apuración de datos y tienen libre permiso para publicación en otros medios. Hoy en día, los principales temas de cobertura de Pública son los mega eventos deportivos; tortura y violencia provenientes del poder público; mega inversiones en Amazonía; crisis urbano; violaciones de derechos humanos por parte de empresas.

Algunos canales de diálogo con la sociedad se mantienen con tutorías para jóvenes periodistas, becas para reportajes e incubación de proyectos innovadores en periodismo independiente. La verba proviene de donaciones, como los financiadores Fundación Ford, Omidyar Network, Open Society Foundations y de los ocasionales procesos de crowdfunding, tema principal de este artículo.

Durante un período de 45 días (21/01/2015 a 07/03/2015), la agencia desarrolló el proyecto "Ocupe a Pública"⁹⁷, en el cual ofreció, a cada mes, tres temas de reportajes distintos para que los lectores votaran en cuál debería ser producido. Los interesados deberían suscribirse con montos distintos en el proceso de crowdfunding, basado en el sitio brasileño Catarse.me⁹⁸, de financiación colectiva. El reto era alcanzar R\$ 50 mil, cerca de US\$ 17.860,00 mil según el promedio del cambio en el período.

En la propuesta inicial del proyecto "Ocupe a Pública"⁹⁹, de 21 enero de 2015, se subraya la lejanía del periodismo tradicional del interés público, motivo por el cual las redes sociales estarían rellenas de opiniones y críticas al debate de la prensa, de poca información y calidad. Por ello, la agencia justifica la convocatoria de la campaña de crowdfunding¹⁰⁰.

Tras la elección del tema de reportaje, los donantes pudieron dialogar regularmente con los reporteros de la agencia, acompañando el proceso de producción y ofreciendo sugerencias de fuentes de información:

A Reportagem Pública 2015 vai ser um grande laboratório de colaboração e troca com os apoiadores. Já apoiou? Então nos ajude a fazer com que o projeto vire realidade e chame todos os seus amigos para apoiar também! (2015a).

En 45 días¹⁰¹, Pública recaudó R\$ 69.997,99 - US\$ 25 mil -, con el apoyo de 958 donantes, superando en R\$ 20.000,00 (US\$ 7.142,00) el valor presupuesto. Nombrados como "el consejo editorial de Pública" por el portal de la agencia, los donantes recibieron una clave de acceso a un *hotsite* del proyecto, conteniendo las tres propuestas de tema de reportaje, además de un grupo exclusivo en Facebook para que los apoyadores acompañaran el seguimiento de las producciones, a través de boletines de los autores reporteros. La ONG también generó un sistema de recompensas a los colaboradores, como libros, e-books y visitas a la oficina de Pública.

A partir de abril, quem doou R\$ 130 ou mais e escolheu receber a inscrição no nosso workshop como recompensa, será convidado para visitar a redação da Pública! Para alocar todos os 100 apoiadores, vamos chamar 20 pessoas por vez, durante cinco sábados. Se você é uma delas, paciência, que você receberá um e-mail com mais detalhes (2015b).

Fundamentación teórica

Para comprenderse la relación entre las narrativas transmedia y el fenómeno del crowdfunding, es necesario recordar el concepto de narrativa ou narratologia.

Narratologia é um ramo das ciências humanas que estuda os sistemas narrativos no seio das sociedades. Dedicase ao estudo das relações humanas que produzem sentidos através de expressões narrativas, sejam elas factuais (jornalismo, historia, biografias) ou ficcionais (contos, filmes, telenovelas, videoclipes, histórias em quadrinho). Procura entender como os sujeitos sociais constroem os seus significados através da apreensão, compreensão e expressão narrativa da realidade (Motta. 2005).

97 <http://apublica.org/2015/03/reportagem-publica-2015-ultimos-dias-para-doar/>

98 <https://www.catarse.me/pt/reportagempublica2015>

99 <http://apublica.org/2015/01/reportagem-publica-2015-agora-os-leitores-ocupam-a-redacao/>

100 A você, leitor, que acredita no jornalismo como instrumento do debate democrático, que considera a informação de qualidade essencial para a tomada de decisão individual e coletiva, é dedicado esse convite. Vamos produzir juntos reportagens que façam a diferença e construir juntos um novo jornalismo, capaz de municiar os cidadãos no legítimo desejo de transformar a sociedade e influir nos rumos do nosso país. (2015c)

101 <http://apublica.org/2015/03/reportagem-publica-2015-superamos-a-meta/>

La noción de sistema, antes del análisis de las narrativas, demuestra como el resultado de una narrativa es procedida de una organización dialógica. Es decir, la producción de sentidos a través de expresiones narrativas es establecida a partir del sistema que la generó. Los sujetos sociales construyen los significados narrativos de la realidad según los procesos comunicativos en que están inseridos. En el caso del mundo hiper conectado, se supone que los procesos de diálogo convergente que las tecnologías permiten cambian las narrativas construidas a través de dicho sistema.

Os discursos narrativos midiáticos se constroem através de estratégias comunicativas (atitudes organizadoras do discurso) e recorrem à operações e opções (modos) linguísticos e extralinguísticos para realizar certas intenções e objetivos. A organização narrativa do discurso midiático, ainda que espontânea e intuitiva, não é aleatória, portanto. Realiza-se em contextos pragmáticos e políticos e produzem certos efeitos (consciente ou inconscientemente desejados). Quando o narrador configura um discurso na sua forma narrativa, ele introduz necessariamente uma força locutiva responsável pelos efeitos que vai gerar no seu destinatário. Assim, a comunicação narrativa pressupõe uma estratégia textual que interfere na organização do discurso e que o estrutura na forma de sequências encadeadas (Motta. 2005).

Las estrategias mencionadas por Motta se hacen dentro de contextos de contenidos, pero también de formatos y de soportes de la información. Las redes hiperconectadas de hoy, como el sistema que Pública generó al abrir su crowdfunding, permitió que los periodistas y lectores se volviesen a productores colaboradores, gracias a los canales de diálogo que fueron establecidos. La narrativa transmidiática adquirió rasgos dialógicos gracias a los procesos establecidos en el sistema de colaboración entre la agencia y el público.

Otro concepto necesario para la comprensión del objeto de estudio de este artículo es el crowdfunding. Se trata de un modo de financiación descentralizado, sin intermediarios y a partir de contribuciones voluntarias. Es generalmente promocionado en internet y redes sociales, pidiendo donaciones individuales, en cambio de grandes inversores. Una de las primeras iniciativas fue el Sellaband.com, de 2006, que trataba de apoyo a grupos musicales independientes. El más exitoso mundialmente, por su vez, es el sitio Kickstarter, con de 11 millones de colaboradores, US\$ 2.3 billones recaudados y 105 mil proyectos apoyados. Desde 2015, se volvió una entidad sin fines de lucro.

La primera mención al término crowdfunding fue en la revista Wired, de 2006, por el periodista Jeff Howe. El concepto nace de otro más grande, el *crowdsourcing*, que utiliza la mentalidad de la convergencia digital para desarrollarse. Gracias a la internet, creación, producción y distribución son generados colectivamente, en redes, de forma colaborativa.

Análisis

Los detalles del proceso de producción provienen de una entrevista semi conducida con la periodista Marina Dias, una de las responsables del proyecto "Ocupe a Pública" de 2015, en la sede de la Agência Pública, en 24/02/16.

Según Dias, el *crowdfunding* de 2015 sucedió el proyecto "Truco", de 2014, que seleccionaba temas y noticias producidas por freelancers. Se trataba del estímulo a las narrativas colectivas de la agencia, a través de una beca a periodistas colaboradores.

En 2015, Pública decidió cambiar su estrategia: el propio equipo produjo los temas y as consecuentes noticias, mientras la colaboración de los donantes harían el diálogo narrativo a través de los canales de comunicación con los periodistas. DIAS (2016) relata algunos casos:

Neste momento, doadores dão sugestões de fontes, pesquisas e checagem de dados para os repórteres. No caso da notícia sobre limpeza do rio Tietê, apesar do tema haver sido ganhador da votação e recebedor do crowdfunding, foi um doador que conseguiu o financiamento completo, graças ao contato com uma ONG contra o tabaco, que arcou com todos os custos dessa reportagem (2016).

Como se nota, la primera participación en la narrativa de la noticia se dio por la colaboración de los lectores al proceso de producción de los reporteros. Pese que los periodistas no abrieron sus textos para alteración de alumnos, sus trabajos han sido alterados por el proceso del crowdfunding, ya que los donantes ofrecieron nuevos elementos para las narrativas.

Os repórteres que participaram no Ocupe a Pública não abriram espaço para novas pautas, mas receberam contribuições para dentro dos temas que já estavam produzindo. O único caso que a participação dos doadores foi menor foi a das arbitrariedades da escola de recrutas da Polícia Militar, dada a periculosidade da produção e o bom senso dos repórteres para reter dados de apuração que pudessem comprometer a notícia ou os leitores. As demais notícias foram totalmente abertas aos colaboradores (2016).

La narrativa dialógica se mueve no solo sobre las noticias producidas, sino también sobre el propio proceso de producción de ellas. Dias cuenta como el compromiso entre los periodistas del proyecto de crowdfunding y los donantes se agranda, bajo la forma del compromiso con los temas debatidos o el reaprovechamiento de los temas para otros momentos de publicación.

É essencial propor e dizer exatamente o que se vai fazer com os recursos do crowdfunding. Como vai ser a matéria, que fontes são pretendidas, o que vai ser feito com o dinheiro. Este ano, por exemplo, a Pública não teve condições para realizar votações mensais sobre suas pautas. Avisamos corretamente aos doadores e fomos bem compreendidos.

(...) O debate com o público nos possibilitou reaproveitar pautas. Em alguns momentos, os doadores pediram diversificação das pautas, para além da política. No caso da reportagem sobre crianças e manejo de água, tratava-se de uma pauta do Ocupe a Pública 2015 que não venceu a votação mensal. A pedido dos colaboradores, ela foi retomada, sob forma de microbolsas cedidas pela agência a quem produzisse sobre o tema (2016).

Tal vez eso haya sido uno de los factores del alza de la participación de los donantes el proceso de producción de las noticias. Pues, además de pagar cuotas en el crowdfunding, los lectores fueron invitados a opinar sobre el desarrollo de las investigaciones. La primera recaudación de Pública, en 2013, tuvo 808 participantes. En 2015, el número subió para 950 donantes. El año siguiente, sin embargo, el número de participantes bajó para 150 votantes entre 900 donantes en el *crowdfunding*. Parece que la configuración de ambientes de debate que generan narrativas colectivas, como promovió Pública, necesitan equilibrar la oferta y la demanda de intereses entre periodistas y lectores colaboradores.

Nossa hipótese é que 14 votações ao ano geram dispersão, pois as pessoas não tem tempo para se engajar tantas vezes por ano em discussões e debates de produção nas notícias. Como não tem tempo para isso, nem votam, apenas colaboram com o financiamento. A previsão de um novo crowdfunding na Agência Pública voltará a ser de um a cada dois anos (2016).

Consideraciones finales

La construcción de la narrativa colectiva en el caso de "Ocupe a Pública" de 2015 se dio a través del proceso de discusión entre reporteros y apoyadores, gracias a *updates* de información y fotos durante el proceso de producción, en página exclusiva de Facebook. Otro método para generación de una narrativa dialógica fue la creación de *hangouts* con los periodistas de Pública, cuando el reportaje fuera publicado, para que los donantes pudieran comentarlo directamente con los autores y entre sí mismos. Presencialmente, los mayores donantes pudieron participar de encuentros presenciales en la redacción de la agencia y participar de workshop práctico de cómo planear y producir un reportaje investigativo. El texto de la noticia se convierte en el resultado del proceso dialógico, la narrativa convergente. Se llega a la conclusión de que la narrativa es dialógica cambiando el proceso de producción, no cambios en el producto final.

La nueva narrativa promovida por la Agencia Pública se lleva a cabo en el proceso dialógico de producción de la información, no el texto en sí mismo. La polifonía se enriquece en el proceso de selección de los temas y fuentes, la donación de los recursos necesarios a los temas elegidos como pertinentes del público, el diálogo en las redes sociales entre los donantes y los periodistas y al sugerir nuevas formas de hacerse la noticia para los productores de materiales.

Por ello, la explosión de las narrativas que el proceso convergente propicia pide otra concepción de autoría. Las narrativas de lo contemporáneo son hechas por todos los miembros del proceso de construcción de las mismas. Es una dinámica inter y trans disciplinaria, que genera dinámicas inéditas y, por lo tanto, narrativas totalmente nuevas, tal vez irrepetibles, dado que el fenómeno que la creyó – el diálogo entre mentes en el tiempo y en el espacio – no va a repetirse igual. Los miembros del sistema narrativo que se genera en procesos como el crowdfunding de Pública se sensibilizan a sí mismos y reflejan la plasticidad de las nuevas ideas, colectivas, a la narrativa¹⁰².

Referencias

- DIAS, Marina. **Entrevista concedida sobre o projeto Ocupe a Pública**. Realizado em 24/02/2016, às 9h.
 _____. **Reportagem Pública 2015: superamos a meta!** In <http://apublica.org/2015/03/reportagem-publica-2015-superamos-a-meta/>. Acessado em 01/05/2016, às 9h. 2015^A
- _____. **Financie o jornalismo independente e participe da nossa redação!** In <https://www.catarse.me/pt/reportagempublica2015>. Acessado em 01/05/2016, às 9h. 2015^B
- MACHADO, Tomás Pereira. **A economia do crowdfunding**. Tese defendida na Unesp, Faculdade de Ciências e Letras - Campus Araraquara, Departamento de Economia. 2015.
- FELINTO, Erick. **Crowdfunding: entre as Multidões e as Corporações**. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 9, n. 26, p. 137-150, 2013.
- MEDINA, Cremilda. **Narrativas da contemporaneidade: epistemologia do diálogo social**. Triáde: Revista de Comunicação, Cultura e Mídia-ISSN 2318-5694, v. 2, n. 4, p. 8-22, 2014.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Vol. 28. 2005.

¹⁰² No movimento necessário de retorno às balizas disciplinares, após a dialogia inter e transdisciplinar, as narrativas da contemporaneidade produzidas pelo comunicador ganham outra autoria, independente dos suportes tecnológicos. Na partilha de incertezas da racionalidade complexa com outras epistemologias, o técnico de divulgação desmonta conceitos dogmáticos para buscar noções de conhecimento plásticas. Tal dinâmica mental se abre à sensibilização viva do contato com o mundo (o lugar do REPÓRTER) e com a Arte, que o mobiliza para a ação original de AUTOR. (MEDINA: 2014)

Periscope y la videorealidad periodística

Periscope and journalistic videoreality

Periscope e vídeo-realidade jornalística

Alexis Apablaza Campos

a_apablaza@boleteador.com

Docente Universidad Uniacc (Relaciones Públicas Corporativas) y Universidad Andrés Bello (Periodismo). Analista de Marketing Digital en agencia Contacto Global y columnista editorial en diarios regionales (El Rancagüino, El Mercurio de Antofagasta, La Estrella de Concepción, El Sur, entre otros).

Trabajó y dirigió departamentos de prensa en medios escritos como El Rancagüino y El Mercurio, además de en radios locales. Su formación en Chile y en Europa le ha permitido impartir cátedras universitarias en áreas como redacción periodística, redes sociales y comunicación corporativa.

Resumen

La red social dependiente de Twitter ha tenido un gran crecimiento del cual los periodistas no han estado ajenos. Las posibilidades de transmitir videos, recibir mensajes de la audiencia y saber cuántos son tus espectadores segundo a segundo, se ha transformado en un gran reto para los expertos en la comunicación social.

Un fenómeno comparable a lo que sucede con los estelares de televisión que, atentos a los índices de sintonía, modifican sus libretos con tal de seducir a sus públicos. El periodismo, como constructo de emisión, recibe inmediatamente el feedback de sus seguidores facilitando la toma de decisiones al instante.

Los comunicadores tienen un reto más allá de un producto de YouTube (hoy similar al programa televisivo grabado y pertinentemente editado), sumado a una audiencia cada vez más empoderada que desea participar en los contenidos, permiten que esta aplicación se transforme en indispensable dentro de la narrativa transmedia.

Cada vez más medios de prensa, departamentos de comunicaciones y diferentes personalidades usan Periscope traspasando la experiencia del broadcasting de la pantalla analógica a un entorno online. Un desafío cada vez más relevante cuando las tendencias apuntan al crecimiento del consumo de videos en la Web. ¿Los periodistas estamos preparados?

Palabras clave: periscope, periodismo, transmedia, videorealidad

Summary

The social network owned by Twitter has experienced a strong growth, a phenomena on which journalists have played a significant role. The opportunity to broadcast videos, receive messages from the audience and to know exactly how many viewers you have on real time, have become a major challenge for social communication experts.

A phenomenon comparable to what happens with prime time TV shows that, always paying attention to tuning rates, change their scripts just to seduce their audiences. Journalism, as a broadcasting construct, immediately receives feedback from his followers facilitating decision-making at the moment.

Communicators have a challenge that goes far beyond a YouTube product (similar to regular TV shows appropriately recorded and edited). Coupled with an increasingly empowered audience that wants to participate in content generation, this application becomes indispensable within the transmedia narrative.

Constantly, more and more media houses, communications departments and different personalities use Periscope, transferring the experience of broadcasting from an analog to an online platform. An increasingly important challenge as trends point to increased consumption of videos on the Web. Are we journalists ready?

Keywords: Periscope, journalism, transmedia, videoreality

Resumo

A rede social de propriedade do Twitter tem experimentado um forte crescimento, um fenómeno em que os jornalistas

têm desempenhado um papel significativo. A oportunidade para transmitir vídeos, receber mensagens do público e saber exatamente quantos espectadores que você tem em tempo real, tornaram-se um grande desafio para especialistas em comunicação social.

Um fenômeno semelhante ao que acontece com a TV em horário nobre mostra que, sempre prestando atenção ao ajuste de taxas, mudar seus certificados apenas para seduzir seu público. Jornalismo, como uma construção de radiodifusão, imediatamente recebe feedback de seus seguidores que facilitam a tomada de decisão no momento.

Os comunicadores têm um desafio que vai muito além de um produto YouTube (semelhante ao TV show regular adequadamente gravado e editado). Juntamente com um público cada vez mais capacitados que quer participar de geração de conteúdo, esta aplicação torna-se indispensável dentro da narrativa transmídia.

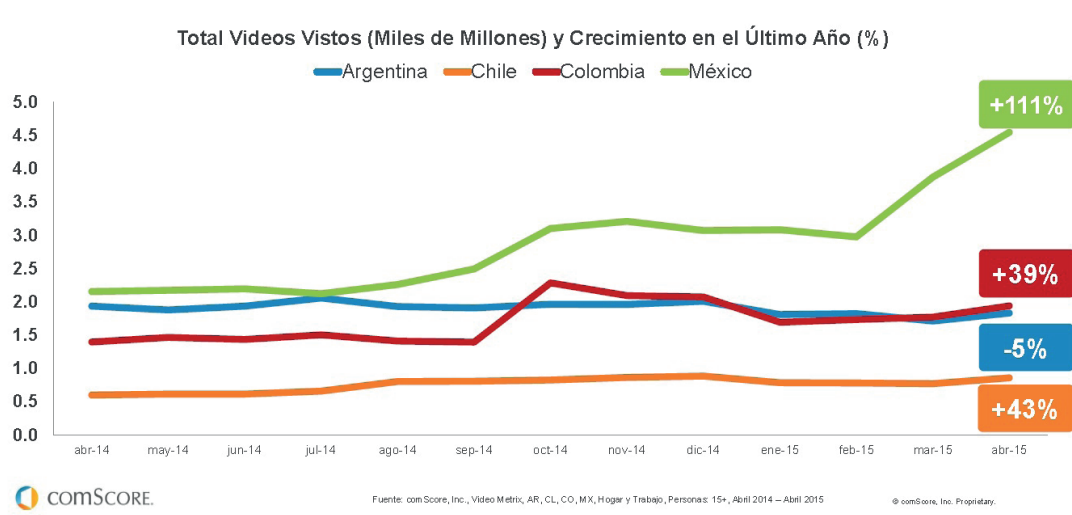
Constantemente, mais mídia, departamentos de comunicação e diferentes personalidades usar Periscópio, transferir a experiência da radiodifusão por uma entrada analógica para uma plataforma online. Um desafio cada vez mais importante como as tendências apontam para o aumento do consumo de vídeos na Web. Nós, jornalistas, estão prontos?

Palavras-chave: Periscope, jornalismo, transmídia, vídeo-realidade

Introducción¹⁰³: el camino hacia el streaming

Según el director de la Escuela de Comunicación Digital y Multimedia de la Universidad del Pacífico de Chile, Guillermo Bustamante, el aumento de las velocidades de descarga de datos de las conexiones a internet ha estimulado el desarrollo de softwares relacionados con emisión y recepción de videos¹⁰⁴ digitales. Auge que se ha manifestado en Latinoamérica, según el estudio Futuro Digital Latam 2015 de la consultora de marketing comScore: "mejores velocidades de conexión y dispositivos más poderosos con pantallas más grandes están facilitando el rápido crecimiento del video" (comScore, 2015: 11). Resultados que destacan en países como México, Colombia y Chile.

Figura 1: Crecimiento consumo de video en Latinoamérica 2014-2015.
(comScore, 2015: 12)



En esa misma línea está el estudio "10 tendencias de los consumidores 2015"¹⁰⁵ de Ericsson¹⁰⁶ al plantear que "el 2014 ya se habría producido el punto de inflexión donde los videos on demand [VOD] superarían al broad-

103 La presente ponencia está redactada en idioma español, aplicando las variantes idiomáticas de Chile, de donde proviene el autor. Sin embargo, considerando la presentación del trabajo en el *I Congreso Internacional de Periodismo: convergencias mediáticas y nueva narrativa latinoamericana* de Ciespal se ha intentado adaptar el uso de expresiones y análisis de casos al panorama latinoamericano e hispanoparlante.

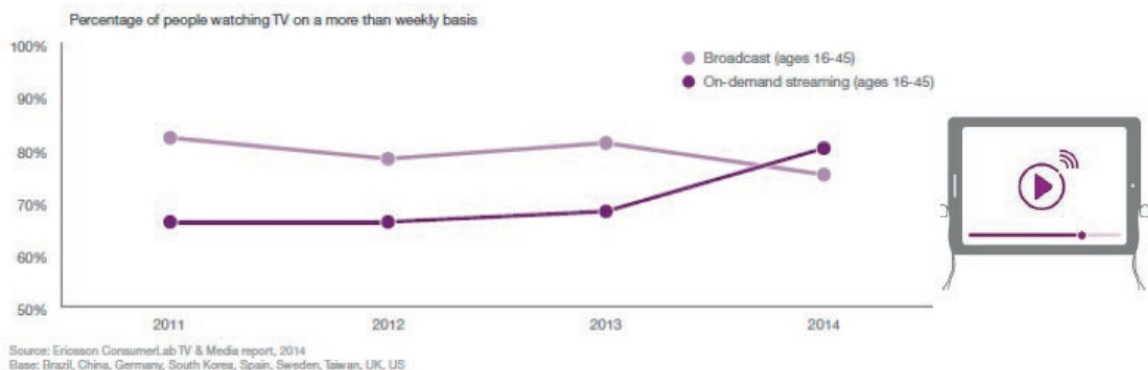
104 Desde aquí en adelante el autor usará el término "video" (sin tilde) debido al uso idiomático hispanoamericano. Sin embargo, como se usan citas bibliográficas españolas en las que se aplica el término "vídeo" (con tilde), estas se mantendrán íntegras respetando las indicaciones del formato APA.

105 En esta investigación se ha utilizado la traducción al español, realizada por IAB Chile, del documento original *10 hot consumer trends 2015* de Ericsson. Los detalles pueden consultarse en la bibliografía.

106 Multinacional sueca dedicada a la implementación de redes móviles y fijas de transmisión de datos. Hasta 2012 tuvo una división de celulares que finalmente vendió a Sony.

cast. El 2011, en esta misma base, la situación era inversa, un 83% veía vía broadcast y sólo un 61% videos on demand” (Ericsson, 2015: 3).

Figura 2: Consumo convencional de TV versus consumo de videos online 2011-2014.



En medio de estos números aparece el streaming, entendido como la descarga de contenidos multimedia simultáneamente con su emisión.

Ericsson es particularmente alentador con el futuro de la descarga continua, ya en su informe de tendencias 2015 proyectó un mayor número de usuarios de videos streaming que de televisión abierta convencional, además sostiene que en el 2020 la reproducción en vivo liderará el uso de internet. (BBC Mundo, 2015)

Volviendo a Latinoamérica, según el “Estudio IMS Video in Latam” de 2015, un 27% de los consumidores de video online reconocieron el uso de streaming. Además, en dicha zona del continente, el VOD ya superó a la TV abierta (comScore, 2015: 6 y 17).

Figura 3: Principales resultados del “Estudio IMS Video in Latam”.



En Latinoamérica hay más personas que miran Video On Demand que TV Abierta (81% vs 70%).
Los espectadores de video se encuentran menos expuestos a la TV Tradicional y principalmente menos expuestos a TV Abierta. La TV Paga también es más vista que la TV Abierta y refleja una demanda de alternativas de contenido en constante crecimiento.



Los latinoamericanos pasan un total de 13,2 horas semanales viendo video digital.
Esto es 7,8 horas semanales más que el tiempo invertido en mirar TV tradicional. Y esto ocurre a lo largo de todo el día. "My Time" es el nuevo Prime Time.



Los Smartphones son los dispositivos preferidos para mirar contenido de video digital.
En la era multipantalla el Smartphone es el rey y los latinoamericanos también lo eligen primero para mirar videos: 80% de los espectadores de video eligen la pantalla más pequeña para mirar videos. Además, también los Smart TVs han ganado relevancia en la región.



Los latinoamericanos pasan casi tanto tiempo mirando videos en sus Smartphones como mirando TV.
Los usuarios de Smartphones pasan en promedio 5.2 horas a la semana mirando videos en sus dispositivos móviles y pasan 5.4 horas a la semana mirando TV tradicional, sea esta Abierta o Paga.

El camino de Periscope

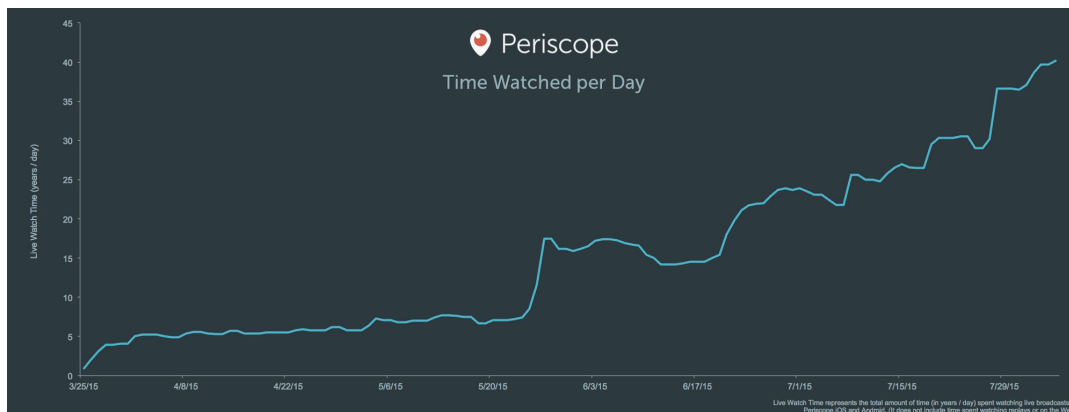
Todo comenzó en enero de 2015, cuando Twitter decidió comprar una aplicación en desarrollo y estrenarla el 26 de marzo. Periscope, app de transmisión de video, superó el millón de usuarios en tan solo diez días (Emol, 2016).

Los creadores explicaron su objetivo de la siguiente forma:

Nos entusiasmos con la idea de descubrir el mundo a través de ojos ajenos. ¿Y si pudieras ver a través de un manifestante en Ucrania? ¿O mirar el amanecer desde un globo aerostático en Capadocia? Puede sonar descabellado, pero quisimos crear lo más parecido a la teletransportación. (Publimetro, 2016)

Cuatro meses más tarde los números de Periscope eran envidiables: 10 millones de descargas, 2 millones de usuarios activos diarios que cada día visualizaban un total de horas de video equivalentes a 40 años (Aguayo, s/f párr. 2).

Figura 4: gráfico de tiempo de videos vistos por día en Periscope (Aguayo, s/f párr. 3).



Números que la llevaron a ser destacada por Apple como la mejor aplicación para iPhone durante 2015. (Clases de Periodismo, 2015b)

Ventajas competitivas

La decisión de Twitter de involucrarse en los softwares móviles de transmisión de video implicó competir directamente con Meerkat¹⁰⁷. Un movimiento en el mundo del streaming que invitó a YouTube y a Facebook a participar también con Live¹⁰⁸ y con Mentions¹⁰⁹ respectivamente.

Kayvon Beykpour, fundador y consejero delegado de Periscope, afirma que su producto es mejor porque está orientado en la experiencia del usuario.

Asumimos que nadie es un presentador profesional, que no somos expertos, pero si te van dando consejos en los comentarios, entiendes mejor qué demanda tu audiencia. Tenemos la repetición, ellos no. Aunque, de verdad, no pensamos tanto en ellos, sino en hacer nuestro camino. (Gonzalo, 2015)

Un artículo de la BBC le atribuye cuatro ventajas competitivas: multipantalla –los videos pueden ser vistos tanto en desde la app como desde navegadores–, control de la privacidad –elegir si la transmisión es pública o solo para contactos–, almacenamiento temporal –terminado el streaming permanece online por 24 horas–, y geolocalización –opción de incluir geo tags a los videos– (BBC Mundo, 2015).

¹⁰⁷ Meerkat es una aplicación que apareció a principios de 2015, permitiendo transmitir video en vivo iniciando sesión en Twitter y compartiendo la información con los seguidores del perfil del usuario. Sin embargo, la red del pájaro azul bloqueó su acceso para fomentar el uso de Periscope. La última estadística conocida data de mayo, cuando anunció dos millones de usuarios.

¹⁰⁸ Live de YouTube permite a los usuarios con cuenta de Google generar una transmisión en directo. Primero debe habilitarse la opción, y luego se puede acceder a las transmisiones que aún están en fase beta.

¹⁰⁹ Facebook Mentions es una app que se creó exclusivamente para que famosos puedan compartir contenido con sus seguidores. La actualización del 20 de enero de 2016 permite a los artistas transmitir en vivo desde sus dispositivos móviles.

Figura 5: Ventajas de Periscope para community managers (Clases de Periodismo, 2015a).

¿Para qué usarla?

Desde la Universidad Complutense de Madrid plantean que Periscope nació para ser social, puesto que no es únicamente una plataforma de emisión, sino que una red social con seguidores y seguidos, que incluyen comentarios en tiempo real y corazones que transmiten un “me gusta”. “Un sistema escalable que involucra al emisor y al receptor en cada retransmisión: no hay usuarios pasivos, ya que incluso el espectador está interactuando en tiempo real con la escena” (Ossorio Vega, 2015).

Estas herramientas permiten una serie de funcionalidades. Bustamante destaca los posibles usos de una herramienta útil para quienes tienen algo que decir al mundo.

Es ideal para el ‘hazlo tú mismo’, dar clases de cocina, mostrar charlas, seminarios, etc... También para los políticos, para las marcas, etc... La conectividad cada vez es mayor y el video genera más compromiso en las personas. Tiene menos barreras de entrada, es más visual y es más práctico. (Publímometro, 2016 párr. 4, 6 y 8)

1. Un desafío para el periodismo

El Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina, elaborado por Factual¹¹⁰, concluye que gran parte de los portales informativos tienen severas deficiencias de financiamiento, debido a que necesitan “desarrollar modelos de negocio que vayan más allá de la venta de pauta publicitaria” (Meléndez Yúdice, 2016: 70 párr. 2).

Sin embargo, también plantea que tienen un gran potencial digital de experimentar nuevos formatos y herramientas tecnológicas: “desarrollar y publicar contenido periodístico en internet permite no sólo reducir costos de impresión y distribución, sino generar otro tipo de dinámicas que les son útiles a los medios” (Meléndez Yúdice, 2016: 70 párr. 6).

Potencial que ha sido aprovechado por periodistas como Paul Ronzheimer, del diario alemán Bild, quien viajó hacia la isla griega de Kos para transmitir mediante su iPhone en Periscope cómo refugiados sirios se trasladaban hasta Alemania. Rápidamente sus 1.500 seguidores se transformaron en 33 mil. “En Alemania hay discusiones grandes sobre la intensidad de la cobertura periodística de la historia. Pero en Periscope todos pueden verlo en vivo... Pude grabar sin ser tan obvio que era parte de un medio”, (Pichihua, 2015 párr. 3-5).

Aunque el periodista pionero en usar Periscope para su reporte fue Paul Lewis, de The Guardian, quien transmitió en vivo en abril del 2015 el ambiente de las calles de Baltimore, Estados Unidos, durante una protesta en contra de la policía (Aguayo, s/f).

¹¹⁰ ONG mexicana que fomenta el desarrollo de capacidades tecnológicas de medios y periodistas de América Latina.

Mashable, The Verge, CNET en Español, CNN, La Nación de Argentina, Antena 3, El País de España, BBC, El Tiempo, El Espectador, El Nacional... La lista de medios que han integrado los perfiles de Periscope a su oferta diaria de contenidos suma y sigue.

El aporte de valor para los medios

Cada vez que aparece un nuevo canal de comunicación tecnológico de consumo masivo se escucha la siguiente pregunta: ¿puede este recién llegado destronar a los medios de comunicación convencionales? Normalmente la respuesta es que más que derrotar, puede servir para complementar. Las plataformas digitales así se lo han enseñado a la prensa tradicional.

De hecho, el mismo Beykpour descartó de plano que el objetivo de la aplicación sea transformarse en un medio:

Periscope sirve para hacer una idea de algo en primera persona. Puede mostrar la cara b, la parte de atrás de un gran evento, pero nunca competir. Los medios que se han sumado lo hacen para acercar a los presentadores, a las estrellas, para contar de otra manera. Es complementario. (Gonzalo, 2015)

Entonces, vale la pena analizar qué están haciendo hoy los medios de comunicación que disponen de perfiles en Periscope, ¿están efectivamente traspasando una experiencia de *videorealidad periodística*¹¹¹ al usuario?

Ricardo Galán, fundador del portal Libreta de Apuntes¹¹², sostiene que los principales usos del periodismo en Periscope son: transmitir desde la calle, hacer una editorial, realizar un informe y/o emitir entrevistas (Romero, 2015).

María Paz Maldonado, social media & content manager del canal chileno Mega¹¹³, menciona que si bien el uso de Periscope en la estación solo ha sido en hechos puntuales, los contenidos emitidos pueden clasificarse en dos tipos: detrás de cámaras y salidas a terreno¹¹⁴ (Maldonado, 2016). En Chile, además, destaca el uso de la app de los sitios web de los noticieros televisivos 24 Horas¹¹⁵ y Tele13¹¹⁶, que ofrecen una mirada alternativa a la emisión televisiva convencional.

En materia de servicios informativos, Antena 3 Noticias ha sido pionera a nivel hispanoparlante en el uso de la aplicación de Twitter, permitiendo observar en tiempo real lo que sucede en los minutos previos a la emisión de cada telediario (Antena 3, 2015).

El periodismo deportivo también es uno de los principales beneficiados con las herramientas que brinda Periscope. Hay clubes de fútbol, como el Veracruz de México, que transmiten por esta vía todas las conferencias de prensa y comparten detalles sabrosos para los hinchas como la interna del primer equipo.

Miguel Ángel Valdés, del programa Pura Pasión de Televisa –cuyo foco principal es informar de la actualidad de los Tiburones Rojos¹¹⁷– destaca las coberturas en vivo que pueden realizar mediante esta app. “Para el periodismo, Periscope simplifica las coberturas ya que ahora con un dispositivo móvil podemos transmitir en vivo

111 El concepto de “videorealidad periodística”, citado el título de la presente ponencia, está creado por el autor y se refiere al constructo que realizan los profesionales de la comunicación a la hora de contar las historias en las piezas audiovisuales. Más allá de que toda nota periodística deba contener todos los elementos de la noticia para componer una historia, la manera en que el profesional elige y selecciona ese contenido permite construir un clima que no puede escapar de una realidad que implique a sus audiencias. La mejor manera de presentar la videorealidad es mediante la emisión en directo, in situ, sin cortes ni ediciones, de tal forma que es una invitación al espectador a que no solo reciba el mensaje, sino que además interactúe.

Periscope ayuda mucho en ello, debido a las opciones que tienen los espectadores de enviar mensajes y “me gusta” al emisor.

112 Medio de comunicación digital colombiano. Se puede visitar en <http://libretadeapuntes.com/>

113 Mega es un canal privado de televisión abierta chilena, fundado en 1990. Durante 2014 y 2015 fue la estación con mayores índices de audiencia, e incluso entre el 25 y el 26 de enero de 2016 batió un récord histórico para la TV andina: lideró la sintonía por 24 horas seguidas.

114 En conversación con el autor, Maldonado explicó que los principales hitos que han transmitido vía Periscope son el proceso de maquillaje de sus actores del área dramática, y el viaje del equipo del programa matinal Mucho Gusto a una localidad cercana a Santiago.

115 Noticiero del canal público chileno TVN.

116 Noticiero de la estación televisiva chilena Canal 13.

117 Nombre con que es conocido el equipo de fútbol de la ciudad mexicana de Veracruz.

conferencias de prensa, enlaces al estadio, entrevistas a jugadores de fútbol, entre otras cosas que la gente no ve en televisión” (Romero, 2015).

Desde Internet Media Lab de la Universidad Complutense de Madrid clasifican en cuatro los tipos de eventos en los que Periscope puede ser un aporte para el periodismo y los medios de comunicación.

- 1) **Cobertura en directo de grandes eventos por parte de periodistas de medios impresos¹¹⁸**: mientras que la radio o la televisión van a estar retransmitiendo en directo los contenidos por su propia naturaleza, el periodista del medio impreso necesita poner en orden sus datos a la hora de confeccionar su artículo. Pero la competencia de esos dos medios, unida a la surgida en las redes sociales (donde habrá gente tuiteando los hechos), hace necesario que el periodista impreso se involucre en los hechos comentándolos en tiempo real. Si hasta ahora también tuiteaban, la posible combinación de tuits y piezas de vídeo en directo vía Periscope no debe ser despreciada...
- 2) **Fidelización**: mostrar a los espectadores lo que hay detrás de la imagen oficial. Sería muy útil para programas de radio, donde serviría para mostrar el vídeo de una entrevista en tiempo real, conquistando de esta manera el mundo del vídeo por parte de este medio. Ampliaría horizontes, algo necesario en estos tiempos. Para la televisión, mostrar el “cómo se hace”, lo que sucede durante las pausas publicitarias e incluso caldear el ambiente previo a la emisión del programa, generando conversación social y llegando a potenciales espectadores del espacio. Para la prensa escrita, mostrar reuniones de redacción o pinceladas del trabajo de sus profesionales, aunque no vas a estar grabando a un periodista durante varias horas mientras escribe un reportaje... Uso racional: no es tan sencillo el mundo del vídeo en directo.
- 3) **Complemento audiovisual**: como en el primer punto, pero también para periodistas audiovisuales. En este caso, para mostrar momentos previos a un directo o para complementar lo publicado en el medio, pero como “regalo” a los seguidores de las redes sociales del propio periodista o del medio. O de ambos.
- 4) **Producto adicional**: ¿y si un medio reservase para Periscope determinados contenidos? La versatilidad de esta aplicación permite muchas posibilidades en este sentido, y no sería ni descabellado ni inútil cubrir ciertos eventos únicamente en Periscope, crear algún programa de televisión propio (microespacios), entrevistas, participación del público... Periscope podría ser un nuevo canal para los medios, y no una herramienta complementaria. (Ossorio Vega, 2015)

Desde el Instituto de Marketing Online [IMO] de la Universidad Abierta de Cataluña también hablan de cuatro oportunidades que ofrece Periscope al periodismo.

- 1) **Retransmisión en directo que llega a todas partes¹¹⁹**: esta herramienta nos permite transmitir en el momento y en vídeo todas las noticias que ocurran en cualquier lugar del mundo. Sí que es cierto que no conseguiremos la calidad de imagen que puede transmitir una cámara profesional, pero sí la suficiente para poder informar, ya que los Smartphones ofrecen cada día mejores prestaciones.
- 2) **El vídeo, una herramienta muy potente**: del punto anterior podemos desgranar que, lo que hasta ahora se hacía mediante un Tweet con texto o imagen, haciendo uso de Hashtags y tendencias, ahora podremos transmitirlo mediante vídeo.

118 Las negritas insertas en la cita provienen del texto original, se han mantenido íntegras respetando la normativa APA.

119 Las negritas insertas en la cita provienen del texto original, se han mantenido íntegras respetando la normativa APA.

3(Facilidad de uso: cierto es que esto ya viene sucediendo gracias a otras herramientas existentes, pero Periscope pretende democratizar todavía más la información; ya que nos ofrece una facilidad de uso hasta ahora inexistente.

4(De lo global a lo local: podemos geolocalizar los contenidos, de manera que facilitará la difusión de informaciones a nivel local, un segmento muy controlado hasta ahora por los medios de comunicación tradicionales. (EducaOnline, 2015)

¿Solo para periodistas?

Es evidente que Periscope entra de lleno en el radar de interés de los periodistas. En una sociedad digitalizada que reclama inmediatez y concreción (en parte debido a plataformas como Twitter, que a todos ha acostumbrado a la rapidez y brevedad), la posibilidad de complementar los productos informativos con vídeo en directo en un plus que no deberían dejar pasar las empresas periodísticas y los periodistas en general. Periscope es una forma rápida, fácil y barata de llegar al público con un producto, el vídeo, extremadamente apreciado en la actualidad. (Ossorio Vega, 2015)

Como ya se ha analizado, la videorealidad que se puede compartir mediante una transmisión de Periscope permite mejorar aún más la experiencia del usuario haciéndolo partícipe de la experiencia en lugares donde, muchas veces, no tiene la opción de estar físicamente.

A modo de ejemplo, la experiencia del portal Xataxa¹²⁰ que para el CES 2016¹²¹ dotó a todos sus enviados especiales a la actividad de móviles exclusivos para transmitir en Periscope. En cada emisión, los periodistas mostraban los diferentes dispositivos tecnológicos para que la comunidad de espectadores solicitara, mediante el chat de mensajes, qué prototipo querían conocer. Así la transmisión permitía a los usuarios conectados de cualquier parte del mundo vivir la experiencia como si estuviesen allí.

Periscope es una aliada de los periodistas, y a estas alturas ya todos los periodistas que usan redes sociales deberían estar probando y experimentando con ella durante sus coberturas. Es una gran manera de transportar a la audiencia al lugar donde suceden los hechos. (Vargas, 2015)

Existe una especie de consenso dentro de los expertos periodismo digital hispanoamericano de la necesidad de emplear esta herramienta, más considerando que la gran ventaja que normalmente tienen los profesionales de la comunicación sobre sus audiencias, estar en el lugar de los hechos.

Estar en el lugar de la noticia y tuitearla no es suficiente cuando podemos retransmitirla en vídeo en directo, quizá no con la calidad de una conexión vía satélite, pero sí con la facilidad, la economía, incluso la discreción de hacerlo con un simple teléfono inteligente. (Lafuente, 2015)

Mariliana Torres¹²² plantea que una herramienta como Periscope demuestra que las transmisiones en directo son las que tienen una mayor aceptación en las audiencias, consolidándose cada vez más su poder de comunicación. Sin embargo, propone una interesante disyuntiva: a la hora de la emisión de contenidos, ¿los periodistas debemos ver como adversarios a los colegas que no trabajen en medios o bien a los usuarios comunes? Dicho de otro modo, ¿qué valor le otorgamos a las emisiones de quienes no sean profesionales de la comunicación respaldados por un medio? Una paradoja vinculada al término de "periodismo ciudadano"¹²³ que se ha crecido en conjunto al desarrollo de la web y las redes sociales.

120 Medio digital hispanoparlante dedicado a informar de las últimas novedades tecnológicas. Se puede visitar en: <http://www.xataka.com/>

121 Evento realizado a principios de 2016 en Las Vegas, USA, donde las principales empresas tecnológicas del mundo mostraron sus avances y productos próximos a salir al mercado.

122 Periodista puertorriqueña, reconocida por haber conducido Las Noticias de Univisión (canal estadounidense de habla hispana). Doctora en Filosofía y Letras con concentración en Historia en el Centro de Estudios Avanzados de Puerto Rico y el Caribe, Maestra en Teorías de la Comunicación en la Universidad de Puerto Rico y Premio Nacional de Periodismo de su país. Actualmente es académica y columnista del periódico Metro.

123 Wikipedia define al periodismo ciudadano, al que también llama 3.0, como "un movimiento en el que son los propios ciudadanos quienes se convierten en informadores". Para más información visitar: https://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_ciudadano

No debemos temer a denunciar a las personas que, sin nociones de periodismo, comiencen a transmitir imágenes perturbadoras para el público con esa herramienta... Juan Carlos Pedreira¹²⁴ advierte que Periscope puede estar “al aire” en menos de 10 segundos, por lo que la televisión tradicional está en problemas. Y es cierto. ¿Para qué voy a sintonizar noticiarios con información que hace tiempo la obtuve desde otra herramienta? Coincido con Juan Carlos con que nada reemplaza el trabajo de un buen periodista, pero para que ello sea funcional tenemos que aceptar los cambios y apropiarnos de ellos de una manera ética. (Torres, 2015)

En un actual escenario de sobreabundancia de información, con millones de medios de comunicación y una diversidad de canales de eso a ellos, el desafío de los periodistas no solo pareciera ser el de denunciar a todos aquellos que, siendo periodistas o no, incumplan las prácticas vinculadas a la ética profesional. Una postura que es compartida desde el IMO.

No cualquier persona sin nociones de periodismo podrá crear verdaderas noticias, contrastadas y con capacidad informativa, pero sí que es cierto que recibiremos una mayor cantidad de información, de diversas fuentes, sin sesgos, que tendremos que filtrar y que, por lo tanto, democratizarán la comunicación. (EducaciOnline, 2015)

Retos de hoy y mañana para la app

Decíamos que una de las claves de Periscope es su proceso de videorealidad periodística, debido a que la emisión indirecta facilita el feedback comunicacional que permite un intercambio constante en los constructos de emisión y recepción de los participantes en su aplicación.

Pese a que anteriormente ya existían las transmisiones vía PPV¹²⁵, la aparición YouTube cambió definitivamente la forma de ver televisión. Las grandes cadenas se dieron cuenta de cómo los usuarios espontáneamente subían una serie de contenidos (actuales y del recuerdo) para una comunidad que los disfrutaba, ya sea porque no lo pudieron ver durante la programación habitual o simplemente para recordarlos. Hoy es habitual escuchar a las personas decir: “anoche no pude ver mi programa favorito. No importa: mañana lo busco en YouTube”.

Todo este fenómeno fue una invitación para que los medios generaran sus propias plataformas de video, o bien canales oficiales en YouTube para así controlar la difusión y reproducción de sus contenidos con derechos de autor. Solo así es comprensible el actual éxito de Netflix¹²⁶¹²⁷.

Todo este camino, de una década de duración, justifica el desarrollo de Periscope que, como sostiene Bustamante en la introducción, no sería posible si no hubiese una comunidad digital que consume videos digitales ni accesos a conexiones de internet de alta velocidad. Sin embargo, ya transcurrido un año de su lanzamiento la aplicación tiene una serie de desafíos por superar.

No todo lo que brilla es Periscope

Tanto crecimiento no puede estar ajeno a las críticas. Uno de los principales cuestionamientos de la herramienta es de carácter ético, debido a que puede transformar nuestras vidas en una especie de *reality show*. “El peligro es convertir cada segundo de nuestra vida (y la de los demás) en un flujo continuo de vídeo. Todos convertidos en el Gran Hermano colectivo” (Díaz Arias, 2016).

Esto podría explicar algunas de las acciones más cuestionadas que se han realizado en transmisiones en vivo mediante Periscope.

124 Consultor puertorriqueño de redes sociales y mercado digital.

125 Pago por ver. Wikipedia lo define como: “modalidad de Televisión por suscripción, en la que el abonado paga por los eventos individuales que desea ver”. Para más información visitar: https://es.wikipedia.org/wiki/Pago_por_visi%C3%B3n

126 Plataforma de contenidos de pago bajo demanda en internet, fundada en 1997. En 2015 alcanzó los 75 millones de suscriptores que vieron un total de 42.500 millones de horas de películas.

127 En algunos medios se menciona a Netflix como “plataforma de streaming”. Debido a que dentro de sus contenidos no están eventos en vivo, para los efectos de esta ponencia solo nos referimos a ella como “plataforma de video on demand”.

Durante el estreno de Star Wars¹²⁸, muchos usuarios mexicanos captaron y compartieron escenas de la película. Si bien puede ser una anécdota, lo cierto es que el debate sobre los derechos de autor se reaviva. ¿Hasta dónde somos libres de poder captarlo todo? Casos igual de preocupantes pueden ser aquellos que involucran la intimidad de la gente. O la reserva de algunas conversaciones o reuniones. El congresista peruano Daniel Abugattás fue suspendido 120 días por revelar detalles de una sesión secreta del Pleno a través de Periscope. (Vargas, 2015)

Hablar más de la cuenta también puede ser motivo de más de algún incidente. Le pasó al futbolista del París Saint Germain de Francia, el marfileño Serge Aurier, quien en una transmisión ofendió a su entrenador y compañeros, por lo que fue apartado del plantel. Sin embargo, los periodistas tampoco están ajenos a estas salidas de tono, los presentadores de Antena 3 Noticias olvidaron que apagada la cámara de televisión, continuaba la transmisión de Periscope, lanzando la frase “nos van a dar, pero bien”, mientras al aire se emitía una información que vinculaba a grupos políticos españoles con la ETA y el Gobierno de Venezuela.

Eduardo Arcos, fundador del portal Hipertextual¹²⁹, es particularmente crítico con la aplicación, considerando que su creación es absolutamente innecesaria, justificándolo con cuatro ideas fuerza.

1. ¹³⁰Transmitir video en directo es más laborioso de lo que parece.
2. Transmitir video en directo que resulte interesante es muchísimo más complicado de lo que parece.
3. La cotidianidad bastante más irrelevante de lo que creemos.
4. Transmitir video en directo suele ser más divertido para el que transmite que para el que mira. (Arcos, 2015 párr. 8)

Quizás ese tipo de críticas sean más para los usuarios que para los profesionales de la comunicación que pueden dar un uso más avanzado a las publicaciones, o bien para los youtubers¹³¹, quienes pueden usar su experiencia y trasladar su masa de seguidores hacia las emisiones de videorealidad.

Sin embargo, hay responsables de departamentos de medios digitales que si bien confían en el potencial de Periscope, aún creen que es una aplicación deficiente.

Debe mejorar en muchos ámbitos, como en la calidad de recepción de los videos que en muchos casos se ven pixelados. Ahora, si pienso como usuaria el no tener opciones para ocultar el chat de mensajes y los corazones de “me gusta” me hacen perder visibilidad porque ocupan bastante espacio en la pantalla. En ese sentido, Facebook Mentions lo supera bastante, pero el proceso de verificación de un personaje para aprobar la creación de un perfil es engorroso. Periscope debe tomar esto como una oportunidad, y consolidarse antes de que sea demasiado tarde. (Maldonado, 2016)

Junto con la lista de beneficios, la BBC también destacó cuáles son las cuatro principales desventajas que la app debe mejorar:

1. ¹³²La integración con Twitter supone una desventaja, o al menos una obligación añadida. Y es que necesitas una cuenta en la red social para poder utilizar Periscope.
2. Asimismo, Periscope sólo notifica de las transmisiones en Twitter, pero no en otras redes sociales, como Facebook, o en la app de mensajería instantánea y gratuita WhatsApp.
3. Iniciar un streaming tarda hasta 10 segundos, dependiendo de la velocidad de internet que haya

128 Se refiere a la última edición de la saga de películas, conocida como “El despertar de la fuerza” y estrenada en diciembre de 2015.

129 Portal informativo hispanoparlante de tecnología, ciencia y humanidades. Se puede ver en: <http://hipertextual.com/>

130 Las numeraciones insertas en la cita provienen del texto original, se han mantenido íntegras respetando la normativa APA.

131 El portal Gamerdic define al youtuber como la “persona que publica videos de creación propia mediante el servicio de videos online YouTube”. Para más información visitar: <http://www.gamerdic.es/termino/youtuber>

132 Las numeraciones insertas en la cita provienen del texto original, se han mantenido íntegras respetando la normativa APA.

disponible. Y aunque parezca poco tiempo, puede ser vital en la transmisión en directo de un evento irrepetible.

4. Si la usas con frecuencia sin conectarte a una red inalámbrica de internet, consumirá una gran cantidad de datos de tu contrato de celular. (BBC Mundo, 2015)

¿Formato televisivo en peligro?

Pese a las críticas, Maldonado está convencida de que si Periscope mejora la calidad de emisión puede ser un importante complemento para la televisión, facilitando los enlaces en terreno reemplazando a las actuales "mochilas de transmisión"¹³³ que actualmente emplean los reporteros para emitir en directo.

Sin embargo, muchos operadores de equipos de televisión han manifestado su preocupación por una herramienta que puede desplazarlos.

Ahora una sola persona con un aditamento, muy de moda por cierto, para sostener el teléfono lo hace todo: se conecta, habla y transmite la información. Es cierto que con la llegada de esas herramientas de transmisión en directo peligran muchas plazas, pero también no es menos cierto que la tecnología llegó para quedarse y que todos debemos adaptarnos y hacer de utilidad dichas herramientas. (Torres, 2015)

Christian Sanz, secretario general de redacción de Mendoza Post¹³⁴, si bien cree que Periscope es una app con severas limitaciones, por ejemplo que no genere un código para compartir la transmisión en directo en sitios web, ostenta una serie de beneficios y libertadores que no tiene la televisión actual en ninguno de sus formatos¹³⁵.

- ¹³⁶A diferencia de la TV, Periscope permite una interacción única con aquellos que siguen nuestra transmisión. Los nuevos "televidentes" 2.0 pueden enviarnos mensajes mientras nosotros nos filmamos.
- Al mismo tiempo, se puede saber cuánta gente está siguiendo lo que estamos emitiendo, sin necesidad de contratar empresas que miden el rating. También podemos conocer cuántos de ellos reprodujeron nuestra transmisión una vez que esta finalizó.
- Uno puede dosificar los tiempos como le plazca. Se puede transmitir unos segundos, puntualmente minutos o incluso varias horas.

En síntesis... en un futuro no tan lejano, serán los usuarios los que tomen la batuta e impongan los temas que les interesan. La "agenda Setting" ya no será de dominio de los grandes medios, sino de los que hoy simplificamos como meros "televidentes". (Sanz, 2015)

Se denomina como "killer app"¹³⁷ a una aplicación que cumple con los siguientes requerimientos: un nicho en un mercado de consumo, uso de las mayorías, convertirse en indispensable en nuestra vida diaria y elimina o deja obsoletas otras aplicaciones existentes. De momento pareciera que Periscope está superando paulatinamente cada una de esas etapas.

¹³³ Las mochilas de transmisión son dispositivos que permiten enviar audio y video mediante cobertura móvil 3G (también pueden conectarse a redes Wi-fi). Constan de dos hileras de ranuras donde se insertan tarjetas SIM de operadores telefónicos, esto garantiza la cobertura porque se asegura siempre la conexión con algún operador. Pese a que su costo bordea los \$3.500 dólares mensuales de arriendo (bastante menor de un camión con antena microondas), emplear solo un teléfono móvil para un despacho en terreno disminuirá ostensiblemente los costos de producción televisiva.

¹³⁴ Diario digital argentino. Puede visitarse en <http://www.mendozapos.com/>

¹³⁵ Entiéndase como televisión abierta análoga, televisión de pago por cable, televisión digital vía satélite y televisión digital terrestre.

¹³⁶ Los guiones insertos en la cita provienen del texto original, se han mantenido íntegros respetando la normativa APA.

¹³⁷ El término es usado en el autor en sus clases para referirse al auge generado por las redes sociales. Al respecto escribió una columna acerca sobre "WhatsApp y el doble check azul" que puede leerse en castellano <http://www.boleteador.com/2014/11/whatsapp-una-nueva-forma-de-ver-las.html>, traducida al catalán por la Asociación de Medios de Comunicación e Información (AMIC) en las páginas 61 y 62 http://www.amic.media/media/files/file_352_693.pdf

Conclusiones

Hay que aprender de una vez y por todas que la información ya no es exclusiva y que no se guarda para la próxima edición. Las herramientas como Periscope hay que aceptarlas porque evolucionarán y no es la única que intentará el predominio de la inmediatez. Por lo tanto, los periodistas no pueden valerse de que tienen información exclusiva para acaparar audiencias. Lo que le augura éxitos será la profundidad de la información, por lo cual se necesitarán periodistas más cultos. (Torres, 2015)

Aunque está empezando, los medios se han dado cuenta del potencial que ofrece y están comenzando a adoptarlo progresivamente. Es el momento de establecer en cada medio la estrategia a seguir con Periscope y subirse cuanto antes a la fiebre del vídeo en directo. (Ossorio Vega, 2015)

Las estadísticas demuestran que el consumo de videos digitales ya superó al de televisión convencional. Latinoamérica no es ajeno a este fenómeno, destacando el incremento de usuarios especialmente en Brasil, Chile y Colombia. Más allá de que sean ciertas las proyecciones sobre el futuro del streaming, existe un importante compromiso de los usuarios con Periscope.

El lugar donde los roles de emisor y receptor cambian constantemente es lo que hace que no se trate exclusivamente de software de emisión de videos en vivo, sino que de una interesante red social que permite al emisor recibir feedback suficiente para adaptar mejor sus contenidos a las audiencias al mismo tiempo que los está emitiendo, como se ejemplificó.

Muchos periodistas ya han sido capaces de darse cuenta del potencial de esta aplicación sorprendiendo con transmisiones de eventos y reportes que marcaron la pauta informativa del 2015, mientras otros pecaron de exceso de confianza generando insitadas polémicas.

¿Cuál es el futuro de Periscope? Existen una serie de desventajas que pueden transformarse en oportunidades para mejorar, las que si se aplican impondrán una especie de obligación táctica a los medios convencionales su presencia en la red.

Para ello no deben olvidar ser relevantes con el contenido. ¿Para qué estar ahí? Todo buen periodista sabe que contar historias interesantes es la clave para ganar audiencias.

Bibliografía

- Aguayo, D. (s/f). *Periscope: ¿una competencia real para los medios?* (Universidad Diego Portales) Obtenido de Vergara 240: <http://www.vergara240.udp.cl/periscope-una-competencia-real-para-los-medios/>
- Antena 3. (24 de Abril de 2015). Antena 3 Noticias, los primeros Servicios informativos en Periscope. Madrid, Comunidad de Madrid, España. Obtenido de http://www.antena3.com/noticias/tecnologia/a3tech/periscope-nos-ayuda-ver-informativo-antena-dentro_2015042400322.html
- Arcos, E. (6 de Abril de 2015). *La irrelevancia de Periscope*. Obtenido de Hipertextual: <http://hipertextual.com/2015/04/irrelevancia-de-periscope>
- BBC Mundo. (14 de agosto de 2015). Ventajas y desventajas de Periscope, la app que logró 10 millones de usuarios en 4 meses. Londres, Gran Londres, Inglaterra. Obtenido de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150814_tecnologia_periscopeventajas_riesgos_lv
- Clases de Periodismo. (13 de Diciembre de 2015a). 5 claves sobre lo que Periscope ofrece a los community manager. Lima, Lima, Perú. Obtenido de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2015/12/13/5-claves-sobre-lo-que-periscope-ofrece-a-los-community-manager/>
- Clases de Periodismo. (11 de Diciembre de 2015b). Apple: La mejor app para el iPhone es Periscope. Lima, Lima, Perú. Obtenido de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2015/12/11/apple-la-mejor-app-para-el-iphone-es-periscope/>
- comScore. (2015). *Futuro Digital Latam*. Santiago de Chile: comScore inc. Recuperado el 17 de Febrero de 2016, de <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Blog/Futuro-Digital-America-Latina-2015>

- Díaz Arias, R. (16 de Enero de 2016). *#nosvanadarperobien: encuadra que algo queda*. Obtenido de Periodismo Global: la otra mirada: <http://periodismoglobal.com/2016/01/22/nosvanadarperobien-encuadra-que-algo-queda/>
- EducaciOnline. (27 de Abril de 2015). *Periscope, una nueva forma de hacer periodismo*. Barcelona, Cataluña, España: Instituto de Marketing Online. Obtenido de EducaciOnline: <http://www.educacionline.com/instituto-de-marketing-online/periscope-una-nueva-forma-de-hacer-periodismo/>
- Emol. (29 de Abril de 2015). *Aplicación de streaming "Periscope" superó el millón de usuarios en 10 días*. Santiago, Región Metropolitana, Chile. Recuperado el 17 de Febrero de 2016, de <http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2015/04/29/714782/aplicaciondestreamingperiscopesuperoelmillondeusuariosen10dias.html>
- Ericsson. (2015). *10 tendencias de los consumidores digitales*. Santiago de Chile: IAB Chile (traducción). Recuperado el 17 de Febrero de 2016, de <http://www.iab.cl/tendencias-consumidores-2015-ericsson/>
- Gonzalo, P. (6 de Agosto de 2015). *Couch Mode: lo nuevo de Periscope para ver videos en streaming desde tu ordenador*. Obtenido de Periodismo Ciudadano: <http://www.periodismociudadano.com/2015/08/06/couch-mode-lo-nuevo-de-periscope-para-ver-videos-en-streaming-desde-tu-ordenador/>
- IMS & comScore. (2015). *Estudio IMS Video in Latam*. Miami: IMS. Recuperado el 17 de Febrero de 2016, de <http://insights.imscomscore.com/video/>
- Lafuente, G. (20 de Abril de 2015). *Por qué Periscope puede ser importante para el periodismo*. Obtenido de eldiario.es: http://www.eldiario.es/zonacritica/Periscope-puede-importante-periodismo_6_379422090.html
- Maldonado, M. P. (13 de Febrero de 2016). *Uso de Periscope en Mega*. (E. autor, Entrevistador)
- Meléndez Yúdico, J. (2016). *Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina*. Ciudad de México: Factual A.C. Recuperado el 17 de Febrero de 2016, de https://drive.google.com/file/d/0B56C_onwzk1HSHpsMU-ZpbotQamM/view
- Ossorio Vega, M. Á. (30 de Junio de 2015). *Periscope, el vídeo en directo para todos*. (Universidad Complutense de Madrid) Obtenido de Internet Media Lab: <http://internetmedialab.com/2015/06/30/periscope-el-video-en-directo-para-todos/>
- Pichihua, S. (19 de Septiembre de 2015). *Así usó un periodista Periscope para la cobertura sobre los refugiados*. Obtenido de Clases de Periodismo: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2015/09/14/asi-uso-un-periodista-periscope-para-la-cobertura-sobre-los-refugiados/>
- Publímetro. (6 de Enero de 2016). *Conoce Periscope: la aplicación que se consolidó durante el 2015*. Santiago, Región Metropolitana, Chile. Obtenido de <http://www.publímetro.cl/nota/teknik/conoce-periscope-la-aplicacion-que-se-consolido-durante-el-2015/xIQpaf!vRbx13DFw8o/>
- Romero, F. (9 de Junio de 2015). *Periscope: periodismo móvil para el mundo*. (Universidad de Guadalajara) Obtenido de Centro de Formación en Periodismo Digital: <http://www.centroperiodismodigital.org/sitio/?q=noticia/periscope-periodismo-movil-para-el-mundo>
- Sanz, C. (5 de Agosto de 2015). *Periscope, la herramienta que cambiará al periodismo*. Obtenido de Tribuna de Periodistas: <http://periodicotribuna.com.ar/16964-periscope-la-herramienta-que-cambiara-al-periodismo.html>
- Silva, M. (26 de Marzo de 2015). *Twitter lanza Periscope, su app para hacer streamings en vivo*. Obtenido de Wayerless: <https://www.wayerless.com/2015/03/twitter-lanza-periscope-su-app-para-hacer-streamings-en-vivo/>
- Torres, M. (3 de Junio de 2015). *Periscope: El periodismo cambiará para siempre*. Obtenido de Metro: <http://www.metro.pr/blogs/columna-de-mariliana-torres-periscope-el-periodismo-cambiara-para-siempre/pGXofc!XQZz932nju2/>
- Vargas, E. (20 de Diciembre de 2015). *Periscope: La mejor aliada de los periodistas*. Obtenido de Clases de Periodismo: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2015/12/20/periscope-la-mejor-aliada-de-los-periodistas/>

Las transformaciones tecnológicas que proyectan e generan ubicuidad en el periodismo “transsocial-media”

As mudanças tecnológicas que projetam ubiquidade e o jornalismo “transsocial-media”

Renato Essenfelder

Colunista do Estadão.com, doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e mestre em Língua Portuguesa pela PUC-SP. É graduado em Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná. Atualmente é professor na graduação e no Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP. E-mail: renato.essenfelder@espm.br.

Paulo Rodrigo Ranieri

Doutor em Educação, Arte e História da Cultura (Universidade Mackenzie), com tese relacionada ao uso de dispositivos móveis em sala de aula; mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho. É professor de jornalismo nas universidades Mackenzie e ESPM, em São Paulo. E-mail: paulo.ranieri@espm.br.

Edson Capoano

Pesquisador do Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP. Doutor pela Universidade de São Paulo (USP); mestre pela Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); pós-doutorando pela Universidade de Navarra (UNAV-Espanha). E-mail: edson.capoano@espm.br.

Resumen

Los sitios de redes sociales se han tornado tan populares en la Internet hoy en día que se configuran como un medio de comunicación aparte dentro de la red. Según la consultoría We Are Social, mientras que la penetración de Internet en Brasil alcanza 49% de la población, el acceso a las redes sociales es de rutina para 43% de los ciudadanos: es decir, en otras palabras, que 98% de usuarios de Internet en Brasil tienen al menos un perfil activo en las redes sociales como Facebook. En este escenario, el artículo señala la posibilidad deontológica de considerar una nueva habilidad para el periodista pos-moderno: la calidad transmídiassocial. Esto se caracterizaría por dominar las diferentes narrativas específicas de las redes sociales digitales, saber explotarlas de forma individual y en conjunto para producir narrativas cruzadas ricas y diversas.

Palabras clave: periodismo; transmedia; crossmedia; redes sociales; Internet.

Resumo

Os sites de redes sociais se tornaram tão populares na internet que, hoje, se configuram como um meio de comunicação à parte dentro da rede. Segundo a consultoria We Are Social, enquanto a penetração da internet do Brasil atinge 49% da população (mesmo percentual encontrado pelo IBGE), o acesso a redes sociais é rotina para 43% dos cidadãos: ou seja, em outros termos, 98% dos utilizadores de internet do Brasil têm ao menos um perfil ativo em redes sociais como o Facebook. Nesse cenário, o artigo aponta para a possibilidade deontológica de se considerar uma nova especialização – e proficiência – para o jornalista pós-moderno: o jornalismo transmídiassocial. Este se caracterizaria pelo pleno domínio da narrativa específica dos sites e aplicativos de redes sociais digitais, sabendo explorá-las individualmente e em conjunto para produzir narrativas transversais ricas e diversificadas.

Palavras-chave: jornalismo; transmídia; crossmedia; redes sociais; internet.

A tecnologia digital ampliou as possibilidades de comunicação (*blogs*, redes de relacionamento) e vem atualizando a chamada “mídia tradicional” num processo que pode ser chamado de *convergência*. O estudioso americano Henry Jenkins (2009) aponta convergência como uma palavra que abrange profundas transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam

estar falando. Para ele, vivemos a cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias se cruzam, mídia corporativa e mídia alternativa se chocam, e o poder do produtor de mídia e do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. Outro estudioso no tema, Carlos Alberto Scolari (2009), segue a mesma linha de Jenkins e remete ao termo “prossumidor” em mais de uma ocasião para sinalizar a convergência entre produtores e consumidores de conteúdo.

Também nesse sentido, Orozco Gómez afirma que todos os meios, tanto os velhos quanto os novos, coexistem, conformando ou não convergências em sentido estrito, porém constituindo ecossistemas comunicativos cada vez mais complexos. “A chegada de um novo meio ou tecnologia não supõe necessariamente, nem tampouco imediatamente, a suplantação do anterior” (GÓMEZ, 2006, p.84).

Para Torres (2008, p. 275), com a apropriação das novas tecnologias comunicativas pelos indivíduos e organizações populares, vemos surgir uma sociabilidade tecnológica capaz de se autorrepresentar e inaugurar novas formas de atuação.

Uma dessas formas, exemplifica Jenkins, se configura pela participação, às vezes direta, dos fãs nas produções da indústria do entretenimento.

As práticas da cultura tradicional foram empurradas para o underground – as pessoas ainda compunham e cantavam canções, escritores amadores ainda rascunhavam versos, pintores de final de semana ainda davam suas pinceladas, as pessoas ainda contavam histórias e algumas comunidades pequenas ainda promoviam bailes na praça. Ao mesmo tempo, comunidades alternativas de fãs surgiram como reação ao conteúdo dos meios de comunicação de massa (JENKINS, 2009, p.192).

Assim, pessoas comuns deixaram de ser apenas fãs e se apropriaram de novos dispositivos tecnológicos para arquivamento, recirculação e mesmo criação de conteúdos de mídia. Exemplo notório em inúmeros países ao redor do globo é o dos jovens YouTubers – pessoas que criam canais no YouTube para divulgar ideias, opiniões e conteúdos de entretenimento e ocasionalmente atingem o status de olímpianos, para usar a expressão de Edgar Morin disseminada no Brasil por Cremilda Medina¹³⁸. A despeito dos talentos artísticos, esportivos ou retóricos, o século XXI parece nos dizer que todos podem, efetivamente, tornar-se olímpianos, indo muito além dos 15 minutos de fama preconizados por Andy Warhol nos anos 1960.

A necessidade de participação do ser humano nas mais diversas manifestações sociais (família, comunidade, trabalho, luta política, manifestações culturais e artísticas, comunicação social) é natural, e nesse contexto o surgimento das redes e da interligação entre elas foi fundamental. As pessoas participam, segundo Bordenave (2008, p.11), porque nenhum homem é uma ilha e desde as suas origens vive agrupado com seus iguais. Há duas bases, complementares entre si, possíveis de serem percebidas na participação: uma base afetiva (o prazer de participar) e uma instrumental (fazer coisas com os outros é mais eficaz e eficiente do que fazer sozinho).

A participação é o caminho natural para o homem exprimir sua tendência inata de realizar, fazer coisas, afirmar-se a si mesmo e dominar a natureza e o mundo. Além disso, sua prática envolve a satisfação de outras necessidades não menos básicas, tais como a interação com os demais homens, a autoexpressão, o desenvolvimento do pensamento reflexivo, o prazer de criar e recriar coisas, e a valorização de mesmo pelos outros (BORDENAVE, 2008, p. 16).

Bordenave ressalta o prazer do ser humano de criar e recriar coisas, e ainda vai além, quando ressalta a necessidade de termos uma sociedade plenamente participativa: “tudo indica que o homem desenvolverá seu potencial pleno numa sociedade que permita e facilite a participação de todos. O futuro ideal do homem só se dará numa sociedade participativa” (BORDENAVE, 2008, p. 16).

138 Empregamos o termo olímpiano aqui na acepção consagrada por Morin (1969, p. 111-115), que em “Cultura de Massas no Século XX” usa o epíteto para qualificar os que recebem, da mídia, uma espécie de papel mitológico, como deuses modelares em seu comportamento e conduta. Mantêm, contudo, uma dupla natureza, humana e sobrehumana, que permite a identificação do público às dimensões mais comezinhas (gafes, discussões públicas, acidentes, falecimentos) da vida das celebridades ao mesmo tempo em que despertam certo valor aspiracional em sua dimensão divina, ligada à riqueza e à beleza, à realização de sonhos e fantasias. No Brasil, esta noção é explorada com precisão por Medina (1988).

Nesse contexto, as velhas tecnologias sofreram adaptações, e a tendência é que seus potenciais se concentrem cada vez mais em poucos dispositivos. O público, que ganhou poder com as novas tecnologias, que está ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura. Produtores que não conseguirem fazer as pazes com a nova cultura participativa enfrentarão uma clientela declinante e a diminuição dos lucros. As contendas e as conciliações resultantes irão redefinir a cultura pública do futuro. (JENKINS, 2009, p. 51).

O professor Sérgio Amadeu também discute como o intensivo processo de digitalização vivido nos últimos anos interferiu na criação de uma cultura de convergência e suas implicações na esfera pública. A arquitetura informacional deixa de ser unidirecional e se torna distribuída, multidirecional, interativa, interconectada. Os custos de comunicação são menores, a possibilidade de o indivíduo se tornar um ativo na esfera pública é maior. Logo, é maior o potencial democrático das redes do que o dos veículos de comunicação de massa.

Interessante ainda remeter esta reflexão a Manuel Castells e ao seu conceito de *mass self communication*. Segundo o sociólogo espanhol, a base da comunicação da sociedade em rede é a web global de redes de comunicação horizontal, que incluem o intercâmbio multimodal de mensagens interativas de muitos para muitos, tanto sincrônicos (em tempo real) quanto assíncrônicos (sem a ideia do tempo real).

A difusão da internet, a comunicação móvel, os meios digitais e uma variedade de ferramentas de software social tem impulsionado o desenvolvimento de redes horizontais de comunicação interativa que conectam local e globalmente em um tempo determinado. O sistema de comunicação da sociedade industrial se centrava nos meios de comunicação de massa, caracterizados pela distribuição massiva de uma mensagem unidirecional de um para muitos. (CASTELLS, 2009, ONLINE).

Em relação à escrita, podemos lembrar o salto do texto impresso para o eletrônico. Roger Chartier, em *A Aventura do Livro – do leitor ao navegador*, afirma que com o texto eletrônico, enfim, parece estar ao alcance de nossos olhos e de nossas mãos um sonho muito antigo da humanidade, que se poderia resumir em duas palavras: universalidade e interatividade (CHARTIER, 1988, p.133). Chartier se refere ao texto eletrônico como “a cultura que será complementar ou concorrente à cultura impressa [e antes dela a manuscrita] por numerosos decênios” (IBID., p.139). A cultura do texto eletrônico, para o autor, é forçosamente um “mundo de telas”, computadores cujas formas “impõem limites que parecem distanciados dos hábitos mais íntimos, mais livres, da relação mantida com a cultura escrita”. No entanto, Chartier faz uma importante observação em jeito de questionamento, demonstrando que a cultura da escrita e da leitura, a partir dos textos eletrônicos, poderiam vir a substituir a anterior cultura impressa a partir dos novos suportes [que hoje podemos associar com telas de telefones celulares inteligentes, ou *smartphones*, *ipads* e *kindles*, por exemplo].

Afirma-se frequentemente que não dá para imaginar muito bem como se pode ler na cama com um computador, como a leitura de certos textos que envolvem a afetividade do leitor pode ser possível através dessa mediação fria, mas sabemos o que virão a ser os suportes materiais da comunicação dos textos eletrônicos? (IBID., p.142).

Independentemente do suporte, e essa é uma das características fortes da cultura da convergência, não existe um aparelho mágico pelo qual toda mídia passe, e mesmo que este aparelho exista um dia, nós conectamos na mente as peças da mídia que consumimos, em nome da participação que nos é possibilitada pela web, acima de tudo como fãs.

A mídia é capaz de nos cercar com suas narrativas cruzadas (transmidiáticas), imagens e sons que podem ser reproduzidos em plataformas distintas, que Jenkins vai chamar “franquias”. Na cultura das histórias em quadrinhos, por exemplo, está presente a narrativa transmídia, já que não fica apenas no que é relatado nas revistas, a história é estendida para outras publicações ou até para as telas de cinema, desenhos animados e seriados. Jenkins chama este fenômeno de narrativa transmídia, pelo fato cruzar mídias, mas também fala em “narrativa ampliada”, pelo fato de partir de uma origem, sem modificar o contexto.

Para Jenkins, existe uma componente mercadológica que não pode ser ignorada. Segundo o autor, a mídia passa por estas plataformas, em parte, porque as empresas querem que ela passe, mas também porque os consumidores querem, então isso é moldado pelas decisões da diretoria das empresas e pelas decisões tomadas nos quartos dos adolescentes. De qualquer forma, diz, o fluxo da mídia será em diferentes plataformas de mídia e vai convergir no consumidor.

Para ele, podemos pensar na TV, por exemplo, como um aparelho de entrega, a caixa que possuímos e ligamos. Por outro lado o conteúdo da TV está por toda parte hoje em dia, nunca foi tão popular, os formatos dele estão por toda parte na internet. Não vai haver uma novela em celular, mas o celular pode sim contar uma parte da novela; se pensarmos na trama da telenovela situando-se em todos estes canais de mídia, poderemos ter diários em vídeo de alguns personagens falando sobre algo que aconteceu com eles, isso seria um material extra que nos liga à novela, nos lembra dela, nos diz que devemos assistir; o celular não reproduzirá toda a experiência de ver a novela, mas vai criar uma forma de se envolver com esse conteúdo que nos deixa conectados ao sistema de histórias mais amplo.

O jornalista transsocial-media

Na Cultura da Convergência, ambientes crossmedia, narrativas transmídia e o cruzamento entre as redes sociais mais populares são fenômenos novos que estão no entretenimento, na publicidade e também no jornalismo. O crescimento da internet e de sua integração ao cotidiano de milhões de pessoas é já fato inconteste, facilmente notado por meio de estatísticas e pela simples observação empírica do que acontece nas ruas de qualquer cidade brasileira.

Segundo dados do IBGE com base na última Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) divulgados em abril de 2015, 85,6 milhões de pessoas com mais de 10 anos de idade acessaram a internet ao menos uma vez nos últimos três meses de 2013 no país todo. Quase metade da população total, de 201 milhões de habitantes¹³⁹.

Para dimensionarmos o que representa esse fenômeno de crescente conexão, convém lembrar que, conforme afirma Bucci, a internet não pode ser considerada, em seu atual estágio de desenvolvimento, apenas uma *nova mídia*, como frequentemente aparece designada. É mais do que isso. Para o professor, em artigo de 2011 no jornal "O Estado de S.Paulo":

Ela [a internet] é tão ampla como são amplas as atividades humanas: aceita declarações de amor, assim como aceita lances ousados da especulação imobiliária. Nela, a vida social alcança plenamente outro nível, que não é físico, mas é real, tão real que afeta diretamente o mundo físico, sendo capaz de transformá-lo. Mais que meio de comunicação, a internet é, antes, a sociedade num segundo grau de abstração. Se quiserem comparações, ela tem mais semelhança com a rede de energia elétrica do que com um aparelho de TV ou com o alto-falante na praça do coreto. (BUCCI, 2011, ONLINE)

Assim, Bucci entende a internet como uma espécie de segunda realidade, tão real quanto a física, em que ocorrem ações e interações capazes de modificar a primeira realidade, o primeiro grau de abstração, na qual se dão as nossas relações físicas ou "tradicionais" - adjetivo que faz cada vez menos sentido num contexto de crescimento das conexões e das possibilidades de interação no ambiente digital, que já pode envolver não apenas os sentidos da visão bidimensional e da audição, mas também da visão tridimensional, espacializada, do tato e do olfato, em avançados experimentos de realidade virtual.

Aqui, de maneira um pouco mais arrojada, ousamos afirmar que se tornou impossível dissociar atualmente a internet das redes sociais. Se é crucial que o jornalista navegue por essa segunda realidade, que é a internet,

¹³⁹ <http://www.ibge.gov.br>, acesso em 20 de julho de 2015.

que conheça suas regras, fronteiras e possibilidades, para deste modo obter e disseminar informações, para se relacionar com fontes, colegas, instituições, marcas e o público em geral, é igualmente imprescindível que conheça, frequente e, idealmente, domine estas redes sociais.

A compilação de estatísticas da consultoria We Are Social¹⁴⁰ com base em fontes como o Internet World Stats, Facebook e US Census Bureau mostra que, enquanto a penetração da internet do Brasil atinge 49% da população (mesmo percentual encontrado pelo IBGE), o acesso a redes sociais é rotina para 43% dos cidadãos. Em outras palavras, nada menos do que 98% dos utilizadores de internet do Brasil têm ao menos um perfil em redes sociais como o Facebook, e 72% deles acessaram uma rede social ao menos uma vez no mês anterior à pesquisa - ou seja, mantêm perfis ativos, e não avatares-fantasma. O interesse do brasileiro por redes sociais é digno de nota: os usuários nacionais passam, em média, 3h08min diários conectados a alguma rede.

Tendo em vista esse cenário, que é realidade não só no Brasil, mas no mundo inteiro, a extrapolação é plausível: quem está na internet, está também nas redes sociais e informa-se ao acessá-las.

Paralelamente a esse fenômeno, de aumento das conexões e de acessos às redes sociais, que hoje parece inexorável, outras transformações ocorrem paralelamente com grande intensidade e potencial de disrupção na maneira como encaramos a distribuição e consumo de informação (jornalismo incluído) no mundo:

1. A internet das coisas - ou seja, a tendência de surgimento de cada vez mais e melhores aparelhos inteligentes, conectados à internet, tema no qual este artigo não pretende se aprofundar;
2. a explosão de acessos à internet por meio de dispositivos móveis.

No caso brasileiro, embora a maior parte da população ainda use o computador para realizar o acesso à rede, esse cenário vem mudando rapidamente, favorecendo as conexões via dispositivos móveis, em especial smartphones. Em alguns Estados, o acesso feito exclusivamente por celular ou tablet supera o feito via computadores, como em Sergipe, Pará, Roraima, Amapá e Amazonas, segundo o IBGE¹⁴¹.

Atualmente, o Brasil possui mais linhas de celular ativas do que habitantes, numa surpreendente proporção de 134% (268 milhões de linhas ativas para 201 milhões de habitantes).

Esse avanço e popularização de instrumentos tecnológicos, aliado às transformações sociais e culturais no país na contemporaneidade, impõe, forçosamente, mudanças no campo jornalístico, em que tecnologia e sociedade confluem para modificar o modo de produzir, consumir e distribuir notícias. O jornalista multimídia, tão celebrado e discutido no final dos anos 1990, até o início do novo século, logo cedeu espaço ao jornalista hipermídia, conhecedor da lógica do meio digital e capaz de explorar a linguagem dos links e hipertextos para ampliar *ad infinitum* a experiência de leitura.

No início do novo século, contudo, ganhou força a demanda por um jornalista *crossmedia* e, posteriormente, *transmídia* - ou seja, capaz de articular os recursos únicos de variadas mídias de modo a proporcionar uma experiência informativa rica, variada e única, sem remeter vários canais a um só, como ocorre nas reportagens multimídia hospedadas em sites de internet, e tampouco sem aplicar desastrosamente a linguagem de uma mídia a outra - contraexemplos clássicos são as primeiras transmissões de TV, que registravam apresentações em teatros (teleteatros), sem aproveitar os potenciais da nova linguagem, e também o primeiro estágio de migração dos jornais impressos para a internet, quando apenas acontecia a reprodução digital da edição impressa, frequentemente no formato estático de um arquivo eletrônico tipo PDF.

A definição de transmídia não é pacífica entre estudiosos. Para Jenkins (2006), considerado pioneiro no emprego do termo (porém no contexto do entretenimento e da publicidade), transmídia é um "processo onde os elementos integrais da ficção são sistematicamente dispersos através de múltiplos canais de distribuição

140 <http://wearesocial.net/blog/2014/01/social-digital-mobile-worldwide-2014/>. Acesso em 21 de julho de 2015.

141 Mais sobre o tema pode ser encontrado em http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150429_divulgacao_pnad_ibge_lgb. Acesso em 22/07/2015.

para criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento." Scolari, no entanto, lembra que outros autores utilizam termos como *narrative media studies*, *transmedial narratology*, *cross media*, *multimodality*, *multiplataforma*, *enhanced storytelling*, dentre outros (2009) para abordar as narrativas transmidiáticas. Neste estudo, que se ocupa de trazer o conceito ao campo do jornalismo e introduzir a noção de jornalismo transsocial-media, empregamos o termo *transmídia* entendendo-o, como referido acima, como modo narrativo (portanto associado aos estudos de *storytelling*) em que são exploradas mídias diferentes capazes de proporcionar contribuições únicas à interpretação de uma narrativa global, que atravessa inúmeras plataformas explorando o que de mais característico possuem (o texto e a imagem estática do impresso, o som do rádio, a interatividade breve e instantânea de uma rede social como o twitter, a emotividade áudio-imagética da televisão etc.) e de alguma forma dependentes da interação com o público, que se torna coautor das histórias à medida em que define espontaneamente e de modo imprevisível seu percurso de leitura - os pontos de contato com a rede transmidiática.

O *transmídia* ao qual chamamos a atenção neste momento, contudo, pode ser essencialmente social - e jornalístico. O jornalista transsocial-media aqui referido está sintonizado com o atual momento da internet, e não ignora que:

- 1 - A internet é hoje tomada por redes sociais digitais em que a troca e disseminação de conteúdos segue lógica própria, independente do desejo das indústrias jornalísticas;
- 2 - a tendência de crescimento da internet, expressa em diversos projetos de democratização digital ao redor do mundo, é irreversível e alavanca os acessos a redes sociais;
- 3 - o acesso à rede por meio de plataformas móveis, como celulares, tablets, relógios e outros dispositivos, cresce exponencialmente à medida em que caem custos de hardware e de tráfego de dados em todo o planeta;
- 4 - é preciso conhecer e saber explorar as diferenças e potencialidades das várias redes sociais disponíveis a qualquer momento na internet, como, hoje, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, WhatsApp, LinkedIn, Vine e outras, para criar verdadeiras narrativas transmidiáticas entrelaçadas nas redes.

Toda essa nova conjuntura comunicacional produzirá, como é de se esperar, abalos profundos na relação do jornalista com o público, com outros jornalistas e consigo mesmo.

Em "Hackear el Periodismo" (2011), o jornalista e pesquisador argentino Pablo Mancini afirma que, ainda que o público busque hoje a credibilidade do texto produzido por jornalistas, já não o acessa diretamente (por meio de jornais ou sites de grupos de comunicação, por exemplo). O texto noticioso cada vez mais circula em espaços completamente alheios ao domínio do jornalista, como as redes sociais.

Considerações Finais

Nada caracteriza melhor os tempos atuais do que a ubiquidade das redes sociais na internet e os cruzamentos possíveis entre elas. Pessoas, espaços e tecnologias estão o tempo todo hiperconectados. O conhecimento é individual, mas também coletivo, cruzado e compartilhado. Hoje não se deve falar mais em online e off-line, já que todos estão conectados o tempo inteiro, comportamento facilitado, acima de tudo, pelo uso de dispositivos móveis com ligação à internet.

Nos grandes jornais paulistanos, as matérias e reportagens que mais repercutem não são mais as das manchetes das *homepages* cuidadosamente elaboradas por competentes *gatekeepers*. São as notícias veiculadas em redes sociais as que alcançam maior audiência – descobertas por leitores, indicadas por leitores, postas em circulação por leitores e, frequentemente, expandidas por leitores – que, agora, se tornam crescentemente usuários de notícias. Naturalmente se poderá afirmar que isso sempre foi assim, desde que existem jornais,

há três séculos, leitores indicam a outros leitores suas matérias favoritas. Mas a internet muda o fenômeno de escala, e o multiplica exponencialmente.

O leitor descobre e acessa o texto jornalístico por indicação de outros leitores. Muitas vezes, o texto que lê não está mais no site do veículo original. Já aparece comentado e expandido em redes sociais ou blogs.

Dados do próprio Facebook corroboram a importância de o jornalista contemporâneo não apenas “saber usar”, mas sim dominar efetivamente as potencialidades das várias redes sociais disponíveis hoje. É lá que grande parte dos leitores está - em especial, leitores jovens, em formação. Metade dos usuários do Facebook – maior rede social do planeta, com cerca de 1,5 bilhão de usuários – usa essa plataforma para encontrar e ler notícias, e 78% afirmam que a leitura de notícias pela rede é incidental, ou seja, que não estão em busca de notícias nem acessando especificamente perfis de grupos noticiosos. Eles simplesmente veem as notícias em suas “timelines” e têm seu interesse despertado conforme a redação da postagem, a fotografia veiculada, a curadoria de seus amigos virtuais, entre outros fatores.

O caminho para o jornalista parece sem volta. Nesse sentido, este trabalho buscou orientar e expandir o cenário para que outros estudos possam igualmente pensar sobre o presente e o futuro do jornalismo num contexto transsocial-mediático.

Referências

- Bordenave, Juan E. D. **O que é participação**. (8ª ed.). São Paulo: Brasiliense, 2008.
- Bucci, Eugenio. **A Internet não é um Meio de Comunicação**. O Estado de S.Paulo, São Paulo, 20 out. 2011.
- Castells, M. Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. In: Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, ISSN 0213-084X, Nº. 74, 2008, págs. 13-24. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2545714>.
- Chartier, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. Moraes, Reginaldo C.C. (trad.). São Paulo: Imprensa Oficial, 1988.
- Gomez, Guillermo Orozco. **Comunicação Social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desornamentos**. In: MORAES, Denis de. (org.) Sociedade Mídia-tizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- Jenkins, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- Mancini, Pablo. **Hackear el periodismo**. Buenos Aires: Futuribles, 2011.
- Medina, Cremilda. **Notícia: Um produto à venda – Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial**. São Paulo: Summus, 1988.
- Morin, Edgar. Os Olimpianos. In: *Cultura de Massas no Século XX*. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1969. Cap. 10, p. 111-115.
- Scolari, Carlos A. **Alrededor de la(s) convergencia(s)**. Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Revista Signo y Pensamiento*. Bogotá, v. 28, n. 54, p. 45-55, jan/jul 2009.
- Torres, Julliana C. **Cyborgcracia: entre gestão digital dos territórios e redes sociais digitais**. In: Massimo Di Felice (org.) *Do Público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social*. (pp. 227-286). São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

El periodista en la convergencia de la Radio con las Redes Sociales

O jornalista da convergência Rádio com redes sociais

The journalist in the convergence of Radio and Social Networks

Franca Mariana Chiafitella.

francachafi@gmail.com

Periodista Profesional (Colegio Universitario de Periodismo, 2008) con experiencia y especialización en radio y herramientas digitales. Actual desempeño en Radio Nacional Córdoba Argentina como productora y cronista. Tesista de la Licenciatura en Comunicación Social (Universidad Católica de Santiago del Estero), actualmente investigando sobre la convergencia de la radio con las redes sociales en el caso Radio Nacional Córdoba.

Jimena María Lloveras Ferrer.

E-mail: jimellov@gmail.com

Periodista Profesional (Colegio Universitario de Periodismo, 2009) con experiencia y especialización en periodismo digital. Tesista de la Licenciatura en Comunicación Social (Universidad Católica de Santiago del Estero), actualmente investigando sobre la convergencia de la radio con las redes sociales en el caso Radio Nacional Córdoba.

Resumen

Los cambios tecnológicos de las últimas décadas han impactado directamente en los medios de comunicación al ampliar el escenario tradicional particularmente en dos variables básicas, como son el *tiempo* y el *espacio*, que afectan la producción y la difusión de los contenidos periodísticos. La multiplicidad de opciones y capacidades comunicativas a través de Internet ha permitido que surjan nuevas plataformas informativas y una mayor diversidad y flujo de datos. En este contexto aparecen nuevos lenguajes, formatos y narrativas que dan como resultado el Periodismo Transmediático. Las Redes Sociales completan este proceso en el que se desenvuelven los medios y sus audiencias, donde el periodista encuentra un nuevo canal para la transmisión de sus producciones y el usuario abandona su rol pasivo para aportar y compartir lo propio.

De los diversos aspectos del periodismo transmediático pretendemos centrarnos en las nuevas formas de producción de la información, analizado desde la *convergencia periodística* de la radio con las redes sociales en sus *dimensiones profesional y de contenidos*. Para ello, se ha revisado las aportaciones al tema desde lo teórico y hemos analizado el caso en un medio de la ciudad de Córdoba, Argentina.

En un tiempo y contexto en que las comunicaciones digitales alternativas ofrecen nuevas formas de producción, consumo e influencia social, el tema propuesto intenta reflexionar sobre las nuevas exigencias y los cambios en el rol profesional de los periodistas.

Palabras clave: convergencia, radio, redes sociales.

Resumo

As mudanças tecnológicas das últimas décadas têm impactado diretamente sobre os meios de comunicação ao ampliar o cenário tradicional, especialmente em duas variáveis básicas, tais como o tempo e o espaço, afetando a produção e a difusão dos conteúdos jornalísticos. A multiplicidade das opções e das habilidades comunicativas através da Internet permitiu o surgimento de novas plataformas informativas e de uma maior diversidade e circulação dos dados. Neste contexto aparecem novas linguagens, novos formatos e narrativas que convergem na emergência do Jornalismo Transmediático. As Redes Sociais completam este processo em que os meios de comunicação e seus públicos se desenvolvem, onde o jornalista encontra um novo canal para a transmissão das suas produções e o usuário deixa o seu papel passivo para contribuir e compartilhar seus próprios conteúdos.

Dos diversos aspectos do jornalismo transmediático, abordar-se-ão as novas maneiras de produção da informação, analisadas a partir da convergência jornalística da rádio com as redes sociais em suas dimensões profissionais e de

conteúdos. Para este fim, temos estudado as contribuições teóricas sobre o assunto, e analisado o caso de um meio da cidade de Córdoba, Argentina.

Em uma época e num contexto em que as comunicações digitais alternativas oferecem novas formas de produção, consumo e influência social, o tema proposto reflete sobre as novas exigências e mudanças no papel profissional dos jornalistas.

Palabras-chave: convergência, rádio, redes sociais.

Summary

The technological changes of recent decades have impacted directly on the media to broaden the traditional scenario particularly in two basic variables such as time and space, affecting the production and dissemination of news content. The multiplicity of options and communication through the Internet has allowed the emergence of new media platforms, and more diversity and data flow. In this context, there appear new languages, formats and narratives that result in the transmedia journalism. Social Networks complete this process in which the media and their audiences interact. Here, journalists become a new channel for the transmission of their productions, and users leave their passive role to contribute and share their own ideas.

Out of the various aspects of transmedia journalism, we intend to focus on new ways of producing information, analyzed from the journalistic convergence of radio with social networking, regarding its professional and content dimensions. In order to do so, we have reviewed the contributions to the subject from the theoretical point of view, and have analyzed the case of a radio in the city of Córdoba, Argentina.

In a time and context in which alternative digital means of communications are offering new forms of production, consumption and social influence, the proposed theme reflects upon the new requirements and changes in the professional role of journalists.

Keywords: convergence, radio, social networks

Introducción

El ecosistema de los medios de comunicación está cambiando aceleradamente debido a la aparición de nuevos medios y prácticas de comunicación que van desde las redes sociales a la producción colaborativa, pasando por los dispositivos móviles, el surgimiento de los prosumidores y los procesos de convergencia (Scolari, 2011).

Los nuevos medios son “nuevas formas culturales que dependen de una computadora para su distribución, representación y uso interactivo” (Igarza, 2008, p. 11). Al ser formas culturales, la convergencia de éstos con los viejos medios no puede ser reducida al determinismo tecnológico; este proceso de convergencia, como explican muchos autores, es también un proceso cultural y transmediático.

En este sentido, Henry Jenkins (2008) desarrolla el concepto de *cultura de la convergencia* como un fenómeno social y colaborativo que expresa los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales. Para el investigador la cultura de la convergencia es un cambio de paradigma que representa el paso de los contenidos específicos de un medio, a los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos, la creciente interdependencia de los sistemas de comunicación, los múltiples modos de acceder a los contenidos mediáticos, y las relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos de arriba abajo y la cultura participativa de abajo arriba.

En el ámbito específico de los medios de comunicación, García Avilés, Salaverría Aliaga y Masip Masip (2010) desarrollan el concepto de *convergencia periodística*, y la definen como:

Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (p.59).

Esto demuestra que la convergencia no sólo contribuye a generar nuevos productos periodísticos sino también acarrea una nueva forma de hacer periodismo.

En este contexto, surge el concepto de *periodismo transmediático*, como una respuesta a los usos y necesidades de la audiencia. Si bien “el periodismo siempre ha sido en cierta forma transmedia, nunca había sido tan evidente la necesidad de presentar narrativas informativas que se desplieguen a través de todos los medios y plataformas” (Scolari, 2013, p.189); es decir narrativas que comprendan en su diseño la experiencia de las audiencias.

Ante la aparición de este concepto podemos preguntarnos: ¿qué son las narrativas transmedia? Scolari las define como “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari, 2013, p.46).

Por su parte, Fernando Irigaray (2015) asegura que “hablar de producciones transmedia, es ir más allá de las diferentes plataformas y dispositivos, es pensar en un ecosistema de relatos convergentes, donde la historia y la experiencia del público/usuario ensanchan las posibilidades narrativas” (p.167).

El trabajo de investigación llevado a cabo aporta conclusiones para intentar reflexionar sobre las nuevas exigencias y los cambios en el rol profesional de los periodistas en el contexto de la convergencia, los nuevos paradigmas de la comunicación y las narrativas transmedia.

El objetivo de este análisis exploratorio es describir un conjunto de elementos sobre los cuales se despliega la convergencia de las redes sociales Facebook y Twitter con una radio pública en la ciudad de Córdoba, Argentina.

Desarrollo

El periodista en el contexto de la convergencia

La digitalización ha modificado la forma de consumir la información. A partir de este cambio se ha transformado la profesión del periodista y los procesos atribuidos a su trabajo: la búsqueda, elaboración y difusión de contenidos informativos, y hasta el mismo concepto de medios de comunicación (Salaverría, 2008).

Según Salaverría (2003), los profesionales de los medios tuvieron que enfrentarse a nuevos desafíos en su trabajo cotidiano. Entre ellos podemos nombrar la inmediatez ante un hecho noticioso, la rapidez en los procesos de construcción de noticias, que exigen nuevas técnicas de investigación para el uso de fuentes digitales y nuevos códigos textuales y audiovisuales para la elaboración de contenidos multimedia.

Siguiendo el desarrollo teórico de Salaverría, en este escenario surge el *periodista multimedia*, que admite dos interpretaciones: el periodista multiplataforma y el periodista multitarea.

En el primer caso, los *periodistas multiplataforma*, tienen la capacidad de elaborar y difundir informaciones a través de múltiples canales y pueden ajustar sus productos informativos a las características de cada medio. Generalmente se trata de periodistas que poseen cierto prestigio.

Mientras que el segundo caso, el de los *periodistas multitarea*, se presenta generalmente en profesionales jóvenes que se ven obligados a asumir múltiples labores (por ejemplo: fotografía, edición, redacción, etc.) que antes eran realizadas por más de una persona. Algunos autores, como Gastón Roitberg (2015), poseen una mirada positiva sobre este rol periodístico argumentando que son producto de nuevas capacidades y aptitudes propias de una generación, que el teórico estadounidense Marc Prensky denominó “nativos digitales” (2001)¹⁴². Mientras que otros autores, como Omar Rincón (2013), sostienen que este modelo está relacionado

¹⁴² El “nativo digital” emerge como el grupo demográfico dominante en el mundo. El concepto describe el cambio generacional en el que las personas son definidas por la cultura tecnológica con la que están familiarizadas. Prensky define a los “nativos digitales” como aquellos que nacieron en una “cultura nueva”, mientras que los “inmigrantes digitales” son pobladores del viejo mundo, quienes vivieron en una era analógica e inmigraron al mundo digital y luchan más que los nativos para adaptarse al progreso de alta tecnología (CNN, 2013).

con una estrategia de ahorro de costos por parte de los medios de comunicación, que va en detrimento de la calidad informativa.

En cualquiera de los casos se ve un cambio en las dinámicas de trabajo del periodista, que asume mayor responsabilidad y protagonismo en el proceso de producción informativa, ya sea por el camino de la multitarea o de la multiplataforma. "La mayoría de los periodistas acepta la lógica de la convergencia, pero algunos aún se sienten incómodos con el multimedia y se ven obligados a adquirir las habilidades necesarias para producir bien en todos los soportes" (García Avilés; Carvajal, 2008, p. 230).

Así se dibuja un panorama con numerosos retos profesionales, entre ellos la cualificación en el uso profesional de los dispositivos y aplicaciones digitales, los cuales, como sostiene Salaverría (2009), reclaman formatos y narrativas específicas, adaptadas a nuevos actos de lectura fragmentarios y breves.

De esta manera, a las tradicionales destrezas del periodista se suma el desafío de adquirir nuevos conocimientos sobre la web y las redes sociales.

Las Redes Sociales

En la actualidad, impulsadas por la Web 2.0 y las nuevas tecnologías, las redes sociales se han convertido en espacios propicios para que los periodistas desarrollen las narrativas transmedia. Basta observar algunos datos estadísticos para confirmar su enorme crecimiento. Así según la información publicada por Statista (2016)¹⁴³ muestra que en la región de Sudamérica la tasa de penetración de las redes sociales es del 50% y en Centroamérica es del 40%; siendo Facebook la red social más popular con más de 1.5 billones de usuarios activos por mes en el mundo.

Dentro de este marco cabe señalar la concepción que elabora el investigador José Luis Orihuela en torno al término *redes sociales*, quien las define como:

Servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto. Estas aplicaciones son la nueva forma en la que se representa nuestra red social, pero también son el modo en el que se construye nuestra identidad online y el cauce mediante el que se agrega y comparte nuestra actividad en la red (Orihuela, 2008, p.58)

Surgen nuevas modalidades de socialización a partir del crecimiento de las redes sociales digitales y la ampliación de los espacios comunicativos que la web ofrece. Se trata de una evolución acelerada que produce acumulaciones o momentos de convivencia de unas técnicas y procesos comunicativos tradicionales con otros innovadores (Cebrián Herreros, 2001).

Si bien cada medio tiene su propio proceso e implantación, la presencia de los nuevos obliga al replanteamiento de los anteriores, a un ajuste de funciones y a una profundización en lo que le es más propio. Según Cebrián Herreros (2001) la digitalización, interactividad, servicios paralelos, difusión digital aportan otros sonidos, otros modelos comunicativos.

La radio en la convergencia periodística

En virtud de lo antes señalado es preciso tomar en cuenta que las transformaciones e innovaciones han forzado redefiniciones en los departamentos periodísticos de los medios. El hecho de que Internet se haya convertido en una plataforma básica para difundir información periodística, ha obligado a la radio (tanto como a los otros medios) a abrir espacios digitales en las redes sociales para publicar de forma paralela y convergente la información que producen y generan los periodistas.

¹⁴³ Statista (2016) Global social network penetration rate as of January 2016, by region. Recuperado de: <http://www.statista.com/statistics/269615/social-network-penetration-by-region/>

La radio puede ser definida desde diferentes perspectivas, que tienen que ver con el modo en que se piensa o el lugar desde el cual se observa. En esta investigación concebimos la radio como una relación comunicativa, es decir entendemos a los medios de comunicación como “un hecho social y no los reducimos a las herramientas tecnológicas que los manifiestan” (Rivadeneira Olcese, 2013, p.4). Siguiendo el concepto de radio, como práctica signifiante, en la publicación “Lo que dicen las radios” María Cristina Mata y Silvia Scaraffia (1993), definen a la radio como: “el canal elegido para producir un hecho comunicativo, no un simple transportador de señales. Es un verdadero código de comprensión cultural, un modo convencional reconocido por emisores y receptores para establecer un tipo particular de reconocimiento” (p.27). Desde esta concepción no se piensa en emisores activos y receptores pasivos, sino que ambos actores adquieren un estatuto productivo, “aun cuando ocupen posiciones o lugares diferentes y no simétricos dentro del proceso” (Mata, 1993, p.65). Se considera que el sentido no circula, no es algo que se transmite de un lado a otro de manera lineal, sino que es producto de una labor comunicativa, de una interacción entre sujetos activos, aunque situados en diferentes roles, posiciones, lugares de poder, entre otros.

Respecto a la radio Cebrián Herreros (2011) sostiene que :

La radio actual ha ampliado sus campos comunicativos propios y ha entrado en competencia en un conjunto complejo de plataformas comunicativas. Ya no pueden ser examinadas sus mutaciones sin considerar las transformaciones internas y los grandes desarrollos de los demás medios y servicios con los que tiene que establecer relaciones tensas de reajustes para mantener su vigencia en la sociedad. La radio no es una isla, forma parte del ecosistema comunicativo en continuo cambio, complejidad y adaptaciones (p.31).

Este nuevo ecosistema comunicativo de medios se desarrolla en el contexto multimedia y multiplataforma. La radio no es ajena a esta realidad. Surge allí su capacidad de interacción en el entorno web; se establecen nuevas relaciones entre quienes producen y quienes reciben las producciones digitales -interactividad¹⁴⁴-.

La historia demuestra que la radio ha sido una sobreviviente; en sus inicios durante la década de los 20 y 30 se enfrentó con la prensa y, en las décadas de los 50 y 60, con la televisión. Ahora, la radio busca redefinirse y desarrollar nuevas estrategias para mantener su competitividad en la era digital (Cebrián Herreros, 2011). Se modifican así sus tres facetas comunicacionales: la producción, la distribución y el consumo de la radio.

En este proceso de transformación y reconfiguración, la radio intenta ir más allá de los servicios sonoros digitales e incorpora los visuales y escritos al utilizar una plataforma web propia y/o redes sociales. Deja de ser radio en sentido tradicional para convertirse en “sonido contextualizado con imagen e información escrita, además de la emisión estricta de la programación convencional que oferta cada una de las cadenas radiofónicas en Onda Media o Frecuencia Modulada” (Rodero Antón, 2002, p.1).

Se aprecia que la radio ha entrado en una nueva fase que parte de una concepción global e integradora de contenidos que se ofrecen de diversas maneras. Los contenidos ya no se elaboran exclusivamente para una plataforma, como se hacía tradicionalmente para ondas hertzianas, sino que se van efectuando versiones según las características de cada plataforma. “Nos hallamos en una fase en la que la ampliación de la oferta pasa de las plataformas tradicionales a las nuevas de Internet mediante los ordenadores, los móviles, las tabletas y las redes sociales” (Cebrián Herreros, 2011, p.49).

Dentro de este nuevo contexto de competencias se une a otros medios para adaptarse al universo del consumidor multimedia. El *consumo* de esta audiencia se caracteriza por el acceso a múltiples plataformas, a contenidos cada vez más diversos y complejos, y a la interactividad. Estamos ante un consumidor activo que participa de estas narrativas transmedia, que produce extensiones y las hace circular por las redes. Carlos A. Scolari define este nuevo receptor como *prosumidor* (productor y consumidor).

144 La interactividad es la capacidad de un medio para crear una situación de intercambio comunicativo con los usuarios. Es la capacidad que le permite una interacción bidireccional para el intercambio de información (Igarza, 2008, p.163).

Iván Tenorio (2012) en su libro "La nueva radio" sostiene que este proceso no sólo se da por la mera participación del oyente puntual en el medio, sino que surge un proceso más profundo de comunicación emisor-receptor de 24 horas, con la participación en las fanpage, cuentas de Twitter y blogs de los programas más allá del tiempo de duración en el aire. El autor señala que esto es parte de "un proceso de cross-media, donde la sinergia de las distintas plataformas de comunicación, como Internet o la telefonía móvil, entre otras nuevas ventanas de difusión de contenidos, apuntan hacia un nuevo modo de entender la comunicación radiofónica" (Tenorio, 2012, p.20).

La radio avanza hacia la multimedialidad a través de Internet y se vincula con las redes sociales incrementando su capacidad de comunicación y presencia. De esta forma una plataforma (redes sociales) se convierte en apoyo y refuerzo de la otra (radio), (Cebrián Herreros, 2011), y aparecen interrogantes sobre los modos y posibles consecuencias de estos cambios.

A la vista de estos fenómenos, realizamos un estudio en una radio pública de la ciudad de Córdoba, Argentina para indagar sobre la convergencia de este medio con sus cuentas oficiales en Facebook y Twitter. Se tuvo en cuenta las dimensiones profesional y de contenidos de la convergencia periodística, considerando que dichas dimensiones han recibido poca atención. Como sostiene Salaverría (2010) la atención sobre las dimensiones ha evolucionado de forma dispar, siendo las dimensiones tecnológica y empresarial las que han recibido mayor atención por parte de las empresas mediáticas, quedando relegadas las dimensiones profesional y de contenidos.

Asimismo, la radio en la convergencia es una temática que ha sido abordada por autores propios del campo radiofónico, aunque no es el medio más observado en los estudios sobre el impacto de la comunicación digital. Por lo tanto, este estudio pretende aportar a la temática poniendo en relación algunas dimensiones de la convergencia con la radio, uno de los medios de comunicación con más historia en la comunicación social.

Lo que se presenta a continuación son los resultados y conclusiones de una tesis elaborada en el año 2015 para obtener el título de grado emitido por la Universidad Católica de Santiago del Estero, Argentina.

Dimensión Profesional de la Convergencia: los Periodistas

Siguiendo la teoría de García Avilés, Salaverría Aliaga y Masip Masip (2010) entendemos a la dimensión profesional de la convergencia como una consecuencia lógica de la evolución de las tecnologías y los entornos laborales, donde los periodistas ven afectadas sus formas de trabajo, responsabilidades y perfiles profesionales. Este proceso es definido por los autores como *polivalencias*, es decir el "desempeño por parte de un mismo periodista de las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes" (Salaverría y García, 2008, p. 43), debiendo los periodistas afrontar en la actualidad tres tipos de polivalencia:

- *Polivalencia Funcional*, la cual hace referencia a la multiplicación de labores y prácticas desempeñadas por los periodistas. Un fenómeno que también designan como *multitarea*.
- *Polivalencia Temática*, una tendencia que se ha agudizado en los últimos años para cubrir diversos temas informativos, alejando al periodista de la especialización por materia en función de la actualidad informativa.
- *Polivalencia Mediática*, consiste en el desempeño profesional del periodista en distintos medios al mismo tiempo, a los profesionales que transitan este proceso se los denomina *periodistas multiplataforma*, debido a que difunden sus informaciones a través de múltiples canales y desarrollan habilidades para ajustar sus producciones informativas a las características de cada medio. Esta última polivalencia, se trata de una modalidad que tiene dos variantes, por un lado, el periodista que trabaja para dos medios de una misma marca y por el otro, un periodista que trabaja para dos medios distintos pero que pertenecen al mismo grupo mediático.

Para abordar el estudio de la dimensión profesional de la convergencia de la radio con las redes sociales en el caso de la emisora cordobesa, surgió la necesidad de conocer el universo de los periodistas para entender

el contexto y luego obtener la muestra de aquellos que gestionan y trabajan las redes sociales oficiales. Así se entrevistó a las autoridades de la emisora (Director y Jefe de Informativo) y se realizó un cuestionario a todo el personal periodístico de la radio para obtener un diagnóstico general sobre el perfil profesional de los trabajadores de la organización. Luego se entrevistó a los periodistas que participaban en la producción y publicación de contenidos virtuales en las redes sociales para entender sus perfiles y polivalencias.

En la primera aproximación del estudio realizado en la emisora cordobesa se detectó que la población total de periodistas estaba compuesta por 18 personas, aunque sólo dos accedían a las cuentas oficiales de Facebook y Twitter. A partir de este dato se observó los horarios de las publicaciones en las redes sociales y se detectó que la mayor cantidad se realizaba durante la primera mañana y en el horario intermedio. Se averiguó quiénes eran y se los entrevistó para conocer sus perfiles profesionales.

En este sentido, resulta interesante analizar las polivalencias que desarrollan los periodistas en relación a su trabajo con las redes sociales oficiales de la radio. Los resultados fueron que si bien, ambos desarrollan las tres polivalencias de la dimensión profesional de la convergencia, cada uno adquiere un perfil distinto en sus roles profesionales. Ambos periodistas son *polivalentes funcionales* porque cumplen más de una función, son *polivalentes temáticos* porque abordan diversos temas noticiosos y son *polivalentes mediáticos* ya que trabajan en distintos medios de una misma marca; pero cada uno lo hace de una forma y en una condición distinta. De esta manera, la convergencia profesional de uno de los periodistas está determinada por la *polivalencia funcional* con un perfil *multitarea*. Se trata de un trabajador menor de 30 años que asume múltiples labores dentro de la emisora: gestiona y administra las cuentas oficiales en redes sociales de la radio y de programas específicos de la grilla, realiza cobertura de eventos deportivos, móviles, produce contenidos para la web, edita audios e imágenes, entre otras tareas. El periodista reconoce que hace “de todo” y que con esta sobrecarga de tareas no puede especializarse en su materia, el periodismo deportivo. Por otro lado, el segundo profesional entrevistado se enmarca en el perfil *multiplataforma* ya que la polivalencia que predomina en su convergencia profesional es la *mediática*. Este periodista es un profesional de carrera que elabora y difunde el trabajo de su programa, a través del aire radiofónico y las redes sociales Facebook y Twitter. Este periodista sí está especializado en su tarea radiofónica.

A nivel institucional, el estudio permitió observar una diferencia de criterios entre quienes están a cargo de la coordinación periodística de la emisora, es decir Director y Jefe de Informativo. Ambas autoridades conciben el trabajo en redes sociales y los perfiles que deben tener los profesionales de forma disímil. En la entrevista al Director se evidencia su deseo de que todos los periodistas sean *multitarea*, mientras que en la entrevista al Jefe de Informativo se pone de manifiesto su interés por la *multiplataforma*; ésto a su vez coincide con los dos perfiles desarrollados por los periodistas que intervienen en las redes sociales y la relación de cercanía de cada uno con las autoridades.

También divergen ambas autoridades en sus percepciones sobre lo que son las redes sociales, sus usos y el estado en el que se encuentran las cuentas oficiales de la emisora. El Director acentúa en su discurso los lineamientos que a su parecer se siguen en las redes sociales, mientras que el Jefe de Informativo posee una visión más crítica y expresa que siguen “funcionando según la lógica productiva de la radio” sin incorporar de manera integral a las redes sociales.

A partir de esta investigación, surge la pregunta de por qué los otros periodistas no desarrollan la dimensión profesional de la convergencia con las redes sociales oficiales. Tal comportamiento podría encontrar una relación causal en diversos factores:

En primer lugar, puede deberse a la diferencia de criterios entre las autoridades de la emisora sobre el abordaje de las redes sociales oficiales, y sobre las condiciones necesarias para que los periodistas puedan desarrollar de forma integral su trabajo. De esta manera, el Director reclama un mayor compromiso de los trabajadores de la radio para viralizar el contenido, mientras que el Jefe de Informativo advierte que su personal a cargo posee un “pensamiento muy viejo” y que no existe un espacio físico destinado para el trabajo en redes sociales

ni un manual que unifique el estilo. Esta última autoridad tiene un pensamiento crítico hacia los periodistas y la institución por el modo en que se abordan las redes sociales, aunque no asume su rol de autoridad y liderazgo con el cual podría lograr cambios optimizantes.

Por otro lado, aunque las autoridades muestran en sus discursos una predisposición para que los periodistas desarrollen su convergencia profesional con las redes sociales oficiales ambas posturas se agotan en el nivel discursivo, sin propuestas reales de implementación. Prueba de esto son los resultados que arrojan los cuestionarios a todo el personal periodístico, el 94,4% reconoce que desde la institución se promueve el uso de las redes sociales pero el 77,8% afirma no haber recibido capacitación para la realización de esta tarea.

Por último, la falta de desarrollo de la dimensión profesional podría deberse a que del total de 18 profesionales, 14 son mayores de 30 años lo que los convierte en "inmigrantes digitales"; nacieron en una era analógica e intentan adaptarse o rechazan el mundo digital. Ejemplo de ello, es que uno de los periodistas, que supera los 30 años y gestiona las cuentas oficiales de la radio, reconoce sus limitaciones de conocimiento en herramientas digitales. En conclusión se advierte una brecha digital y generacional que se refleja en el uso de las cuentas oficiales de Twitter y Facebook de la emisora, quedando el trabajo en redes sociales limitado a la informalidad, ya que no hay una estrategia, y la buena voluntad de los periodistas.

Esta situación permite generar un debate sobre la aceptación de las redes sociales para desarrollar una convergencia plena. Entonces surge el interrogante: ¿La mayoría de los periodistas acepta la lógica productiva de las redes sociales y la radio, o recibe lineamientos para producir en todos los soportes? En los cuestionarios realizados a todo el personal se advierte que más de la mitad de los periodistas no accede a las cuentas oficiales de Facebook y Twitter aunque reconocen poseer cuentas en varias redes sociales, entre ellas las aquí estudiadas. Podría decirse que atraviesan una convergencia pero lo hacen de manera particular, en sus vidas privadas, dejando de lado la utilización de las redes sociales en su vida profesional y despreocupándose de las cuentas oficiales de la emisora. Esta situación, sumada a la franja etaria de los profesionales y a la falta de acciones concretas en la emisora, derivan en redes sociales desaprovechadas. En este contexto encontramos que, a grandes rasgos, se puede decir que los retos profesionales de quienes son "inmigrantes digitales" son la adaptación y adquisición de nuevos conocimientos sobre la web y las redes sociales, para poder transitar el oscilante camino de las tecnologías que modifican el quehacer diario de la profesión.

En síntesis en lo que respecta a la *Dimensión Profesional*, concluimos que sólo dos periodistas atraviesan este proceso, en mayor o menor medida. Uno de ellos desarrolla la polivalencia temática y el otro la polivalencia mediática, no obstante el mayor porcentaje de profesionales de esta radio pública carece de una convergencia periodística en el uso de las cuentas oficiales en redes sociales.

Dimensión Comunicativa de la Convergencia: los Contenidos

La Dimensión Comunicativa está ligada a la multimedialidad de los contenidos, que es la posibilidad de comunicar una información a través de diversos lenguajes (visuales, textuales o sonoros). Es consecuencia y resultado de las otras tres dimensiones (tecnológica, empresarial y profesional) que hacen a la convergencia periodística. Las debilidades y fortalezas que se presenten en ellas tendrán una consecuencia directa en la convergencia comunicativa (García Avilés, Salaverría Aliaga y Masip Masip, 2010).

Cabe recordar que la audiencia radiofónica ha ido adquiriendo nuevos hábitos de consumo, a través del acceso a múltiples plataformas, a contenidos cada vez más diversos y complejos, de forma participativa e interactiva. La radio al unirse a Internet obtuvo un alcance mundial y abierto a los usuarios conectados, y no debe ser ajena a ello.

Para dilucidar la dimensión comunicativa en el estudio de este caso, se analizaron los contenidos que se publicaron en las cuentas oficiales de Facebook y Twitter, observando el grado de *multimedialidad*, *frecuencia* y *contexto* en que se producen los contenidos. Para ello, se analizaron tres semanas de los tres primeros meses de 2015: tercer semana de enero, segunda de febrero y primera de marzo. La presencia oficial de la radio en

las redes sociales se da a través de un perfil y una fanpage en Facebook, y una cuenta en Twitter. A partir del análisis de los contenidos y la frecuencia en que estos son publicados en las redes sociales se obtuvieron algunas conclusiones:

En relación a los *contenidos* y su *tipología* hay una primacía de los “enlaces generados por sí” en la fanpage (los mismos son enlaces de notas publicadas en la web de la radio que un periodista de la emisora comparte desde esta cuenta). El 87,3% del total de publicaciones analizadas en la fanpage se corresponde con lo esta tipología. Esta acción condice con lo expresado por una autoridad de la institución quien afirmó que “los trabajadores tienen la obligación de compartir las noticias que se van produciendo en el medio, con el fin de posicionar la web”.

En el caso del perfil de Facebook, priman los “estados compartidos”, es decir un texto republicado de otra cuenta o red social, con el 67,2 %. Éstos devienen de la vinculación de la cuenta de Twitter al perfil de la radio. Respecto a la cuenta de Twitter, el 82,1% de los contenidos publicados son “estados generados por sí” utilizando casi siempre “estados” y “enlaces”. Además, al recolectar la información se puede advertir el poco uso de hashtags y etiquetado a las personas e instituciones en los tweets publicados en la cuenta de la radio.

La lectura de los contenidos y sus tipologías en Twitter y Facebook demuestra que se desaprovechan las posibilidades multimedia que ofrecen las redes sociales. Casi no se publican videos e imágenes, recursos atractivos para los usuarios de estas plataformas. En cambio se recurre a la “automatización” de la tarea que implica la publicación de contenidos similares y poco creativos; tampoco se comparten contenidos producidos por otros medios o usuarios. Las cuentas oficiales no registran interactividad con las cuentas de los programas de su grilla, ni con las cuentas de otros radios del grupo.

Al analizar la *frecuencia de los contenidos* en Facebook y Twitter, las cuentas oficiales muestran dinámicas similares. La publicación de contenidos merma y es casi nula en los períodos y días que se corresponden con el receso vacacional o fines de semana cuando no trabajan los periodistas. Estos datos demuestran que la producción de contenidos en redes sociales no es una prioridad para la emisora, también pudo corroborarse al entrevistar a las autoridades donde se detectó que carecen de un plan que asegure la presencia continua de la emisora en estas plataformas digitales.

Otro dato que se advierte, es el aumento en la publicación de contenidos en redes sociales al presentarse situaciones y hechos relevantes para la agenda informativa pública. Esto último se condice con lo expresado en la entrevista por el Jefe de Informativo de la radio, quien plantea que “algunas veces se incorpora la lógica productiva de las redes sociales, pero sólo en situaciones de amplio impacto público, que se van modificando muy rápidamente y son de alta incidencia”.

Por último, la presencia y existencia de una amplia diversidad de cuentas en redes sociales que pertenecen a los diferentes programas de la grilla de la radio, puede verse como una desventaja, al no tener en las cuentas presencia alguna de la identidad y pertenencia a la radio. Pero otra lectura posible de esta realidad, podría ser que existe una pluralidad de espacios para una diversidad de voces, teniendo en cuenta que es una emisora estatal y su fin no es comercial.

Al finalizar el análisis de este caso, se concluye que la Dimensión Comunicativa de los contenidos en las redes sociales oficiales de esta radio no alcanza la multimedialidad, característica imprescindible para que se produzca la plena convergencia periodística, desaprovechándose las herramientas y posibilidades que estas ofrecen. Por último, se puede advertir que las redes sociales no son una prioridad real para este medio aunque decide permanecer en ellas.

Conclusiones

Repensar el periodismo: propuestas a trabajar

Nuevas tecnologías, nuevo entorno, redes sociales, el periodista y su rol

La llegada de Internet ha impulsado el surgimiento de nuevos medios digitales, llevando a las empresas periodísticas a adaptarse a los nuevos paradigmas de la comunicación. Estos cambios dan lugar a lo que Orihuela (2002) define como "e-Comunicación" que se presenta como una ocasión para redefinir los perfiles y competencias de los periodistas, los contenidos y procedimientos, y repensar los medios y mediaciones.

En este universo de plataformas virtuales, la actividad periodística y los contenidos adquieren una enorme complejidad. Lo digital y las redes sociales conducen a la radio hacia otros derroteros de contenidos y de servicios, que incrementan las opciones existentes de comunicación.

Por lo tanto, las empresas de medios, que quieran estar presentes en el mundo de las redes sociales, deben saber adaptarse a estos cambios e incorporar dentro de sus estrategias los nuevos códigos de comunicación que emergen con mucha rapidez.

Otro punto a reflexionar es que la elaboración masiva de información está revolucionando la economía de los medios. Actualmente, decenas de millones de personas comparten sus noticias, su información y sus opiniones. Es importante reconocer el cambio en las audiencias para adaptarse de manera estratégica a él. El receptor ya no recibe pasivamente los mensajes de los periodistas; ahora, él crea, comparte y comenta. La audiencia decide que recepta y cómo lo recepta.

Por esta razón, advertimos que el medio radial analizado deberá desarrollar una serie de estrategias promocionales para las redes sociales con el objetivo de tener presencia en Internet y alcanzar a los segmentos de población que utilizan las redes y que son potencial audiencia.

El reto, por tanto es que esta emisora pública pueda definir cómo se pueden llevar a cabo la creación de las nuevas audiencias con las herramientas y recursos de los que ya dispone y que además están al alcance de cualquier usuario. No obstante, debe considerarse que estas plataformas de redes sociales son dinámicas y están en constante cambio, *adaptándose a la tendencia y moda del momento*.

Propuestas de convergencia, estrategia y Social Media

En el contexto de convergencia es necesario que las autoridades acerquen lineamientos claros de trabajo en redes sociales con objetivos precisos y unificación de criterios que den un lugar de relevancia a las plataformas digitales. Además, es necesaria la designación de recursos humanos y la capacitación de los mismos para desarrollar una estrategia global en redes sociales y cuentas oficiales, que permita alcanzar el potencial comunicativo y social que brindan Facebook y Twitter.

Para la estrategia de comunicación en redes sociales se deben tener en cuenta varios factores. Por un lado, es fundamental plantear los objetivos que se buscan con las comunicaciones. Definir el público, qué hábitos tiene, qué medios consume y de qué forma. Por otro lado, se deben definir los diferentes canales a utilizar y el modo en que se gestionarán. Hay que definir tiempos, estandarizar procesos, designar responsables. Por todo esto, se considera fundamental la existencia de un *Social Media* que se encargue de pensar, generar y gestionar el contenido para las redes sociales, cuidando que las comunicaciones se unifiquen en una misma voz y con un mismo diseño identitario. La incorporación de este nuevo rol con sus funciones específicas podría significar una posible solución para lograr la convergencia periodística plena en el caso analizado.

Un interesante tema a tratar, en futuras investigaciones, sería el estudio de la *interactividad* que, según Salvareña (2008), surge por la oportunidad propiciada por la Red de dar a cualquier persona la posibilidad de difundir sus mensajes a públicos diversos, rompiéndose así, el monopolio de la palabra única que poseían los medios clásicos y de esta manera, diversificar las voces.

Por último, rescatamos la reflexión de Ramón Salaverría (2009) quien sostiene que “una convergencia plena reclama gestionar la innovación tecnológica, reorganizar las divisiones internas de las empresas periodísticas, capacitar adecuadamente a los periodistas e incentivar la creatividad en busca nuevos lenguajes multimedia” (Salaverría, 2009) para así comenzar a transitar el camino hacia las narrativas transmedias.

Bibliografía

- Scolari, C. (2011) *Convergencia, medios y educación*. Serie Seminarios. Buenos Aires: RELPE.
- Scolari, C. (2013) *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Igarza, R. (2008) *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Cebrián Herreros, M. (2011) *La radio en el entorno de las multiplataformas de comunicaciones*. Radio-Leituras, 2 (2), 31-67. Recuperado de <http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/2-cebrian-herreros-esp.pdf>
- Salaverría, R.; García Avilés, J.; Masip Masip, P. (2010) Concepto de convergencia periodística. En: López, X.; Pereira, X. (coords.) *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp. 41 - 63). Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela.
- Porto, D. y Flores, J. (2012) *Periodismo Transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Editorial Fragua.
- Irigaray, F. (2015) Periodismo transmedia: nuevas posibilidades narrativas y de experiencia de usuario. En Roitberg, G., Piccato, F. (comps) *Periodismo disruptivo: dilemas y estrategias para la innovación* (pp. 167 - 172). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial La Crujía.
- Albarello, F. (2013). *Carlos Scolari. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Austral Comunicación. Volumen 2, número 2. (pp. 247-249). Buenos Aires: Universidad Austral.
- Cebrián Herreros, M. (2001) *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Orihuela, J. (2008). *Internet: la hora de las redes sociales*. Nueva Revista, 119, 57-62 Recuperado de <http://www.ecuaderno.com/2008/10/14/la-hora-de-las-redes-sociales/>
- Rodero Antón, E. (2002) *La radio en Internet. El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red. Comunicación del III Congreso Nacional de Periodismo Digital*. Huesca, España. Recuperado de: cuarto.congreso-periodismo.com/comunicaciones/rodero_comunica.doc
- Tenorio, I. (2012) *La nueva radio. Manual completo del radiofonista 2.0*. Barcelona: Marcombo
- Cebrián Herreros, M. (2001) *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Salaverría, R. (2008) ¿Uno para todos y todos para uno? Dimensiones y desafíos de la convergencia periodística. En: *AEDE. Libro Blanco de la Prensa Diaria 2009*. Madrid: Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), pp. 401-415.
- Salaverría, R. (2003) *Convergencia de los medios*. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI. 81, 32-39
- Roitberg, G. y Piccato, F. (2015) *Periodismo disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Rincón, O. [et.al.] y L. Luchessi (Coord.) (2013). *Calidad informativa. Escenarios de postcrisis*. Buenos Aires: La Crujía.
- García Avilés, J. A.; Caravajal, M. (2008) Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence Two Models of Multimedia News Production – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(2), pp. 221-239.
- Salaverría, R. (2009) *Los medios de comunicación ante la convergencia digital*. Recuperado de: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf
- Salaverría, R.; García Avilés, J.; Masip Masip, P. (2010) Concepto de convergencia periodística. En: López, X.; Pereira, X. (coords.) *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp.41-63). Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela.
- Salaverría, R. y García Avilés, J. (2008) La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 23, 31- 47

- Orihuela, J. (2002) *Los nuevos paradigmas de la comunicación*. Recuperado de <http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>
- Rivadeneira Olcese, C. V. (2013) *La radio en el escenario digital*. Recuperado de: <http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/companam/ponencias/Escenarios%20digitales/-Unlicensed-ESCENARIOS-DIGITALES-Rivadeneira-vF2.pdf>
- Mata, M. (1993) *La radio: Una relación comunicativa*. Recuperado de: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogosLa-Radio-una-relacion-comunicativa.pdf>

Trolls sin moscas en los hocicos. Conquista del trono de fibra óptica desde la transrecepción activa

Trolls no flies on the muzzles. Conquer the throne of optical fiber from the transreception active.

José Manuel Romero Tenorio

joserotenorio@yahoo.es

Además de haberse doctorado en Filosofía y artes por la Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne y en Ciencias de la Información por la Complutense de Madrid, José Manuel Romero Tenorio (España 1978) es discípulo del filósofo francés Jean Baudrillard. Ha trabajado como periodista y fotoperiodista para Le Monde Diplomatique, entre otros medios. Sus últimos artículos publicados en revistas científicas colombianas, francesas y españolas tocan los temas de la representación de la etnicidad en los medios, narrativas transmediáticas, la creatividad en la música (jazz), en el cine y en la fotografía.

Resumen

Esta ponencia presenta los resultados de una investigación sobre la transrecepción activa propiciada por los trolls que acompañaron el ascenso de Podemos, partido político que hoy cuenta con amplia representación en el espectro político español. Definimos aquéllos como ciudadanos que adoptan un perfil virtual que no coincide enteramente con su perfil personal y que agitan la red o bien grupos organizados de internautas situados en la órbita de formaciones políticas o sociales que intentan sesgar los debates en las webs. Los trolls han sido objeto de estudios superficiales, que se han limitado a poner en evidencia su rol de entorpecedor o dinamitadores de las dinámicas abiertas de los medios digitales y de las redes sociales. Esta investigación, apuntalada por herramientas de las ciencias sociales (análisis crítico del discurso, etnografía virtual), nos ayuda a situarlos en el corazón mismo de la transmediación que vertebra las narrativas periodísticas prolongadas por los procesos de interacción con los usuarios. Haciendo un seguimiento de las narrativas transmediales que han acompañado y jalonado un fenómeno sociopolítico tan extraordinario como Podemos en España, llegamos a la conclusión de que los trolls que se organizan en torno a ese partido político abren un nuevo espacio crítico de visibilidad y de ciudadanía.

Palabras clave: trolls, transrecepción activa, táctica, espacio público, lucha narrativa.

Summary

This paper presents the results of an investigation on the active transreception brought about by the trolls that accompanied the rise of Podemos, political party today has wide representation in the Spanish political spectrum.. We define these as citizens who adopt a virtual profile that does not coincide entirely with your personal profile and waving well-organized network or Internet users located in the orbit of political or social formations that try to skew debates on websites groups. Trolls have been subjected to surface studies, which have been limited to expose his role Crippling or destroyers of open digital media and social networks dynamics. This research, buttressed by tools of the social sciences (critical discourse analysis, virtual ethnography), helps us to place them in the heart of the trans-mediation that structures journalistic narratives prolonged by the processes of interaction with users itself. By tracking the trans-media narratives that have accompanied and marked a sociopolitical phenomenon as extraordinary as we in Spain, we conclude that the trolls that are organized around that political party open a new critical space of visibility and citizenship.

Keywords: trolls, active transreception, tactics, public spaces, narrative fight.

Introducción

Esta ponencia es el resultado de una investigación fundamentalmente realizada en las redes sociales sobre la pregnancia de los troles en la transnarrativa que acompaña y propicia el partido político español Podemos.

De hecho, cada intervención de algún miembro de este grupo en televisión, cualquier noticia en algún medio digital, propician una serie de dinámicas en las redes sociales. No hay que obviar que, por ejemplo, Twitter "se ha revelado como una herramienta crucial en la cobertura de acontecimientos de alta intensidad y diseminación informativa" (Albero 2014:8).

Partimos de la base de que hemos pasado de una narrativa transmedia como "técnica de contar historias mediante diferentes soportes y plataformas de forma inmersiva, integradora y participativa, surge como necesidad, como respuesta a la modificación de nuestros medios, y como consecuencia, a la manera de contarnos, comprendernos, de producir/"consumir" y organizar" (Galán 2014:38); a una transnarrativa mediática, donde la naturaleza del medio electrónico inunda el espacio no virtual cuyos agentes lo transitan cual bytes de información: se modifica las coordenadas espacio-temporales, se redefinen los espacios de experiencia y la naturaleza de las relaciones sociales.

Para llevar a cabo la investigación, hemos realizado una etnografía virtual (Hine 2004) con el fin de entender nuestro objeto de estudio en el entorno en el que se desarrolla.

El fenómeno trol es tan fascinante que no merece ser circunscrito únicamente al imaginario de saboteadores de las redes sociales que la agitan con el único fin de perturbar la comunicación. Además de ser una parte importante de la e-folkcultura (Potter 1997), constituye un bastión infranqueable para la transnarrativa, que se despolariza en aras de una comunicación transversal en la cual todos los agentes participan de manera integral.

Urge circunscribir el concepto de trol en torno al cual gira esta investigación. En realidad no pensamos que se limite a la intervención en los procesos comunicativos propiciados por la red; no lo concebimos como un hecho sino como una práctica. En efecto, desde los años 70 - que hayamos documentado- la sección de cartas al director de los periódicos de papel era invadido por arcaicos troles perfectamente organizados en el seno de las nuevas generaciones de partidos políticos o grupos sociales, dispuestos a ejercer una cierta influencia sobre el lector y el propio diario. Escribían en masa desvelando la identidad de cada miembro, puesto que muchos diarios exigían una copia del documento nacional de identidad; empero, los vínculos organizacionales entre los mismos no se evidenciaban.

Pareciere que los que propician este fenómenos son gente joven, antes y ahora. La ideologización a cierta edad lleva a querer escribir más que a leer, participar en la construcción de la narrativa antes que recibirla críticamente o no. Requiere también una mayor agilidad y adaptación al medio electrónico (Oliva 2012), cuyo lenguaje no se cercena con la palabra; la red requiere justamente algunas capacidades comunicativas (Gabriella 2010) que sólo se adquieren si se respira el medio: la consciencia de que la producción es mollar con respecto a lo producido; entender el hipertexto, los nuevos lenguajes basados en emoticonos, la estructura de las redes sociales, desde mi punto de vista regida por la función fática de la comunicación, los ciento-cuarenta caracteres, etc.

Por tanto, no revestimos al trol con ningún tapizado ideológico ni apreciativo: es un fenómeno comunicativo al que las redes sociales les han otorgado un lugar de honor.

Tampoco es cierto que los troles provienen de lo que podemos denominar el contrapoder. De hecho, las grandes corporaciones tienen su ejército dispuesto a influir en la apreciación de los internautas: valga como ejemplo la industria de Hollywood y su incursión en las principales páginas web cinéfilas para lavar la cara de sus productos.

Tenemos que destacar, a la luz de las consideraciones de Coleman, la dimensión estética de los troles que demuestra "un importante atributo de política del espectáculo: la marcada hipérbole y espectáculo entre los *phreakers*, piratas informáticos y controladores no sólo hace que sea difícil discriminar la verdad de la mentira; sino que sea difícil de descifrar y entender la política cultural de sus acciones. Esta actitud evasiva se encuentra en marcado contraste con otras genealogías de piratería que son mucho más fáciles de descifrar culturalmen-

te". (Coleman 2012:101). De ahí que "en la era transmedial las dinámicas de cooperación creativa se convierten en el leitmotiv de las iniciativas online más innovadoras, se afianza el modelo del contenido abierto y la fórmula del networking se erige en principio común de un poliédrico universo narrativo en continua expansión" (Fernández 2014:30).

Sin duda que pensar que las redes sociales son espacios puros y virginales hasta que los troles lo corrompieron, constituye una falacia. Es una práctica que refresca ciertos ambientes donde se afianza el pensamiento grupal. Algunas páginas, como la oficial del Opus Dei (<http://www.opusdei.org/es-es/>), elimina todo además de controversia a través de una cuidada política de control de acceso. En cambio, existe una página crítica contra el Opus Dei (<http://www.opuslibros.org/>), que sí permite la incursión de ciertos pensamientos contrarios a la línea editorial, incluso boicoteándolo, generando una pluralidad que se manifiesta en un debate con matices. Evidentemente los cazadores de troles de esa página, que no son ni más ni menos que los propios usuarios, proyectan contra esos comentarios lo que se denomina en el argot una *flamewar* (guerra de llamadas), lo cual pone en el tapete de la pantalla una multitud de posiciones agresivas a veces, que generan una serie de dinámicas dialógicas que ayuda a instaurar un pensamiento plural. En consecuencia apostillamos que la práctica trol está más cercana a una e-democracia que su sistemática exclusión. Tanto es el miedo de ciertos sectores a los troles, que incluso un grupo autodenominado iMision ha elaborado un manual para la gestión evangélica de los troles (Valladares; Rodríguez 2014), demonizándolos y dando una serie de pautas para minimizar su impacto.

Si nada se moviera, como pretenden ciertos neo-Restauradores, las hegemonías y los grupos de poder vivirían apaciblemente en su pesebre. Y este es el principal mensaje que el grupo político Podemos ha demarrado en las redes sociales a través de sus tentáculos. La guerrilla de troles acompaña toda intervención mediática de cualquier miembro de esta agrupación, intensificando el eco y la repercusión de sus mensajes.

Son conscientes, como por otra parte otros partidos políticos, que una encuesta de opinión en cualquier periódico electrónico produce unos efectos a nivel de simpatía (o antipatía); poco importa, ya que la lógica que predomina las redes sociales es la supremacía del producir sobre lo producido.

Nos valemos para el análisis del método desarrollado por el filósofo francés Michel Foucault en *L'archéologie du savoir*, donde analiza las redes discursivas que constituyen la biopolítica del sujeto.

Desarrollo

Etnografía Virtual

Para entender las dinámicas de los troles podemitas nos volvimos nosotros mismos un trol. Nunca escondimos que llevábamos a cabo una investigación, por cuestión de ética profesional. Y los interlocutores con los que interactuábamos entendían bien nuestro propósito. No íbamos con prejuicios ideológicos. Nos limitábamos a realizar una observación participante: escrutábamos las dinámicas de los twitters, facebook y demás foros que trans-median las emisiones de televisión donde intervienen miembros de Podemos y participamos como investigador. Podría parecer aleatorio, pero penetrar en esa atmósfera generó ciertos momentos oportunos para la interacción con los troles.

Interpretar es una trampa

En nuestro caso partimos de la base que interpretar los tweets es una trampa. Los mensajes que pueblan los diferentes espacios de debates están completamente sesgados, dominados por posiciones polarizadas. Ante un comentario en facebook sobre el tema recurrente "Podemos es financiado por Irán y Venezuela", se genera una flamewar virulenta:

MARK IGRESTIAS Este realidau

El entramado de financiación exterior de Podemos

Me gusta · Responder · 1 h

Jess ShiRa Estás un poco pasado de moda y desinformado Por mucho repetir una mentira, no se convierte en verdad. A ver si os vais enterando
Me gusta · Responder · 4 · 1 h

Alex Auñón Serrano 3 veces la ha negado el supremo. Gracias a estas mentes privilegiadas aun no hemos tenido 1 democracia real y participativa. Con sueldos dignos y 0 privilegios políticos
Me gusta · Responder · 3 · 1 h

Tony Taylor Vete a páginas tipo "Hasta los cojones de podemos" o "Willy Tolerdo" con tu rebaño de borregos fachas pro franquistas! Aquí sobras puta muere

Toda crítica contra podemos es inmediatamente flameada:

en serio ya basta con Podemos, llevamos desde mayo así, es enfermizo! #MapaPoliticoARV

@S0ytuS0mbra

Calla puto retrasao

12/01/15 14:06

Lo que hemos relevado de nuestro diario de campo virtual es que no hay absolutamente nada que interpretar en estas intervenciones.

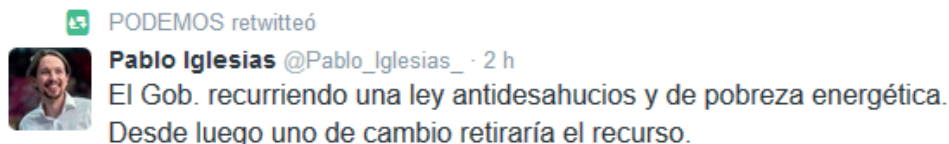
La interpretación es incapaz de salir de la grilla dada de antemano por la lectura. No ofrece nada nuevo que no haya sido ya configurado por el texto desde su inmanencia. Por esta vertiente surcan las críticas de Michel Foucault contra la hermenéutica, incapaz de "concebir al individuo como una construcción de un sistema discursivo" (Díaz; Romero 2014:103).

Los discursos siempre han estado agenciados por formaciones hegemónicas que acotan un significado y asignan una serie de interpretaciones de un campo de prácticas no discursivas, no inmanentes al texto, que generan derechos de apropiación que conciernen el derecho mismo de hablar, de acceder a un cierto material simbólico y el derecho de rearmar ese material para darle cuerpo en el espacio de visibilidad amueblado simbólicamente por esa formación discursiva:

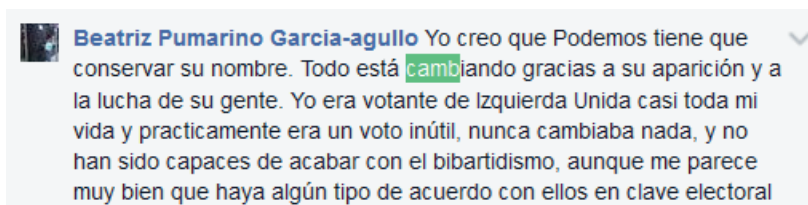
Es por este motivo que se producen en las redes esas dinámicas tan agresivas. Porque no estamos hablando de discursos, sino del derecho a discurrir por los espacios de visibilidad. La libertad de opinar y de interpretar es un mito; o no. En el momento en que desplazamos el análisis de los individuos a las formaciones discursivas que generan al individuo, entenderemos ese entramado como un *ensemble* de relaciones discursivas e insti-

tucionales, que se desarrollan tanto por continuidades y temas unificados como por obstrucciones y rupturas.

El tema unificado que desde las entrañas estructura muchas de las intervenciones de los troles podemitas es el cambio:



Este mensaje martilleante se ve reflejado en muchas expresiones, o en términos mas foucaultianos, declaraciones:



Ahora bien, este campo discursivo que impregna a la mayoría de seguidores de Podemos en las redes sociales no son elementos que restringen la capacidad individual de expresión, sino elementos formadores:

El análisis de esta instancia debe mostrar que ni la relación del discurso con el deseo, ni los procesos de su apropiación, ni su papel entre las prácticas no discursivas, son extrínsecos a su unidad, a su caracterización y a las leyes de su formación. No son elementos perturbadores que, superponiéndose a su forma pura, neutra, intemporal y silenciosa, la reprimiesen e hiciesen hablar en su lugar un discurso disfrazado, sino más bien elementos formadores (Foucault 1995:112).

Con ello queremos decir que los de Podemos no están más ideologizados que los que opinan en contra; un discurso, al fin al cabo, es "una manera de hablar" que urde sus raíces hasta la unidad más mínima de manifestación: la declaración (énoncé).

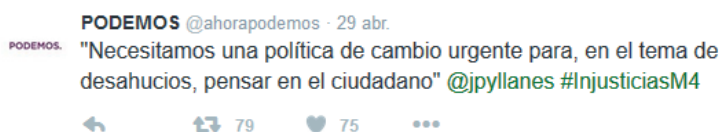
Al comienzo estuvo el discurso

Guerrilla de consignas: simples, rimbombantes, repetidas hasta la saciedad:

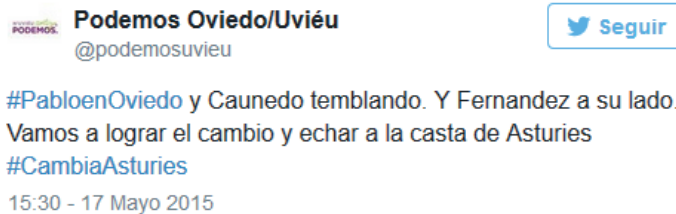
- Privilegios de unos pocos:



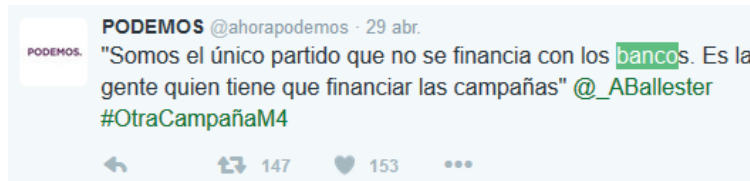
- Podemos es cambio:



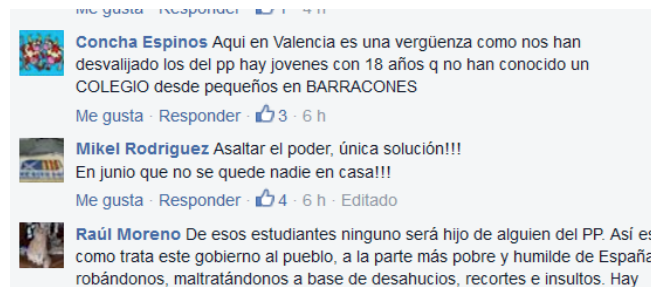
- Luchar contra la casta:



- Los malos son los bancos:



- Y un enemigo claro, el Partido Popular:



Con estos cinco hilos se urde todo un campo discursivo. Podemos sabe que no debe ir más allá, que el tam-tam tribal debe sonar para tribalizar a la sociedad y polarizarla. Argumentos inteligentes, de peso, fundados en miradas poliédricas no poseen eficacia alguna. Lo que no puede ser arrojado, se desecha.

Aunque la difusión en las redes sociales sea reticular, al final redundan una serie de mensajes que se repiten, dado que el campo discursivo es limitante. Concluimos que “la massmediación está más allá de los medios” (Abril, 1997), que es una utopía pensar que las nuevas tecnologías generan un nuevo espacio de libertad; al final, más de lo mismo.

Ya se encargó el servicio de mensajería *Telegram* para volver a un estado anterior en las dinámicas comunicativas de la red: el canal es unidireccional y, por tanto, sólo los responsables pueden colgar mensajes. El canal de Podemos en esta red se denomina *Guerrilla*; ofrece consignas claras a los más de 2600 miembros privilegiados para que permeen las redes sociales, boicoteen encuestas, animen debates. Por ejemplo, *Guerrilla* dio las instrucciones para que en el debate de investidura, Pablo Iglesias resultara ganador:



En la parte superior reza el siguiente mensaje:

◀ "No compartir este enlace a personas que no sean equipos de redes sociales de Podemos". ▶

Esta advertencia demuestra que ningún grupo social que quiera llegar al poder puede gozar de una transparencia total; los mensajes en las redes sociales deben guardar una apariencia de espontaneidad, de que es el pueblo el que reacciona, cuando también Podemos posee un núcleo duro que impone una línea muy clara de actuación.

El canal Guerrilla fue también la lanzadera de la dura campaña de Podemos al pacto electoral entre el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y Ciudadanos:



Otra campaña de éxito fue #5millonesalgallinero, que contó con Telegram una pólvora para nada mojada. Resulta que los miembros de Podemos fueron relegados al gallinero del congreso, lo cual encendió la maquinaria de dicho partido político:

Tuits ejemplo:

Vuelven las cacicadas del PP gracias al apoyo de Cs y el PSOE [#5MillonesAlGallinero](#)

Falta de respeto a más de 5 millones de votantes [#5MillonesAlGallinero](#)

Es una vergüenza que no se respete lo votado por más de 5 millones de personas [#5MillonesAlGallinero](#)

Esto es lo que respetan tanto PP como Cs lo votado por más de 5 millones de personas [#5MillonesAlGallinero](#)

Más que consignas, son órdenes; ellos saben perfectamente que un eslogan penetra las capas de la sociedad; estos mismos mensajes fueron propagados por un ejército de toles, tal cual aparecen en Telegram:



Pablo Iglesias ✓

26 de enero · 🌐

5 millones de votos al gallinero. Esto es lo pactado en la mesa por PP y Ciudadanos, con apoyo de la Vice del PSOE <https://t.co/eG7D41D6WI>



Diego Andrade Animo valientes, 5 millones os apoyamos y con la actitud de psoe y ciudadanos a estas alturas ya son unos cuantos millones más, nunca se ha visto gallinero más digno! A esos chorizos les queda poco y lo saben, ya quitadas las máscaras pasarán a la histo... [Ver más](#)

Me gusta · Responder · 👍 9 · 26 de enero a las 16:15

No estamos criticando el procedimiento en sí; es muy meritorio que en dos años este partido político se haya erigido como un fenómeno social; lo que nos parece desolador es que estas nuevas viejas estrategias, en lugar de instituir una esfera pública de debate racional y profundo, se quede con consignas sencillas pero penetrantes. Y ellos saben que para conquistar un espacio político, deben situar un Fort Apache para que la tribu, con la mano en la boca, gire en torno a él.

2.4. Lógica de lo previsible: seguir la tela araña discursiva por la superficie

La metodología de Foucault no desentraña los sentidos sino las redes discursivas donde las declaraciones encuentran sentido. Insultos, opiniones, expresiones profundas siguen una lógica narrativa que se repite de debate tras debate. Se produce una descorazonadora lógica de lo previsible ya que, como afirma Foucault, una declaración produce las reglas que dan forma a una expresión (es decir, una frase, una proposición, o el acto de habla) discursivamente significativa. Todo gira en torno a los mismos argumentos cuyos hilos discursivos son casta y cambio:



Adelina E. Petz Así no se cambiará nunca...y como siempre se saldrán con la suya todos los Mafiosos....a ver si juzgamos también a los jueces que no actúan conforme a la ley sino a lo que ordena el poder político....

Me gusta · Responder · 👍 17 · 59 min

👉 1 respuesta



Alex Auñón Serrano Que estafa de democracia. Eso nos hicieron creer en 40 años porque antes no se votaba. Pero ves las resoluciones de los jueces. Los privilegios de los políticos o como los ricos se llevan la pasta fuera y aqui no pasa nada, mientras nos recortan a los currantes de a pie y sabes que de democracia nada. Solo elegir a uno o otro

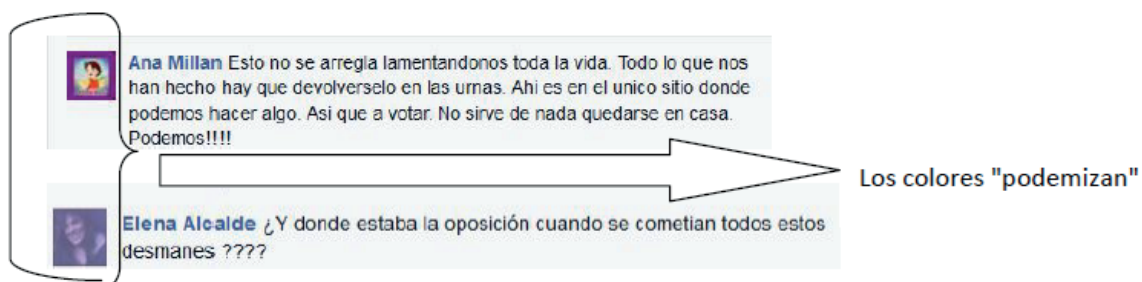
El significado nada tiene que ver con el sentido: es la red discursiva que va definiendo y amueblando de sentido los huecos que ocuparan las declaraciones; tras esta última intervención, caben dos tipos de respuestas: afirmándolo y apoyándolo; o criticando, lo que seguirá una guerra de llamaradas con un campo discursivo

afín: fachas, ultraderecha o, lo que es peor, toll:



Por ello, para Foucault, la “declaración” es una función existencial para el significado discursivo.

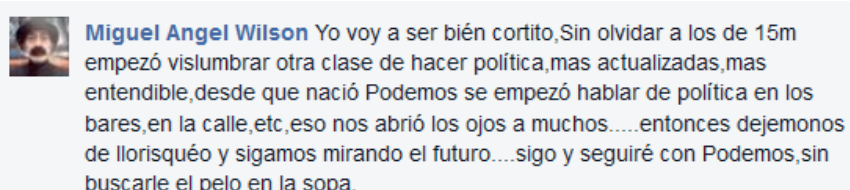
Por tanto, la declaración, lejos de ser una expresión, son un conjunto de reglas que hacen a una expresión discursivamente significativa. Si en este debate introduzco un dislate, como que “hoy hace 27° centígrados”, tiene sentido pero no un significado discursivo. Incluso un color sin un sentido gramatical puede adquirir un significado tan conectado con el entramado discursivo que se desliza perfectamente en ese campo:



El color morado de Podemos con el que se tinta la imagen de perfil dice mucho más que las palabras. Es ya un posicionamiento ideológico surgido de una red discursiva donde el sentido discursivo de una expresión depende de las condiciones en las que emerjan y existan dentro de un enunciado; el sentido discursivo de una expresión es confiado a la sucesión de declaraciones que la preceden y la suceden. En resumen, las “declaraciones” que Foucault analiza no son proposiciones, frases, o actos de habla. En su lugar, las “declaraciones” componen una malla de normas que establecen cuál de las expresiones son discursivamente significativas, y estas reglas son condiciones previas para las proposiciones significantes, expresiones, o actos de habla que poseen significado discursivo. No obstante, las “declaraciones” son también eventos, porque, como otras reglas, aparecen o desaparecen en algún momento.

Hay una red discursiva, luego pienso

Delegar a una red discursiva preestablecida el propio pensamiento se puede vislumbrar en la participación de este internauta:



Este post surgió de una guerra de trolés ya clásica donde los detractores achacan a Podemos la corrupción por haber percibido dinero de Venezuela e Irán. A Miguel Ángel no le importa el hecho, sino el discurso. No pone en duda la red discursiva en la cual, como un insecto en una tela de araña, está atrapado. No cuestiona, asume el discurso “sin buscarle el pelo en la sopa”, como dice él. El mismo discurso martillo sobre el apoyo a

ETA de Podemos y la consecuente guerra de llamaradas:

Guillermo Barrientos Eso y muchos ciudadanos tampoco queremos terroristas en las instituciones
En este país se critica mucho la corrupción y nos da igual unos asesinos con más de 1500 muertos a sus costillas
Me gusta · Responder · 10 · 4 h

↑ Ocultar 48 respuestas
↩ Ver respuestas anteriores 50 de 62

Rafael González Sánchez Beatriz Moya Eso es MENTIRA. Ya quisierais vosotros que ETA empezase a matar a gente, nada os gustaría más, sádicos. El Sr Iglesias habla con los hijos de perra de los terroristas para alcanzar una solución y finalizar el rollo de ETA de una p. vez. De ahí a decir que apoye que ETA mate a personas va un EMBUSTERO trecho que ya os gustaría a más de uno.
Me gusta · Responder · 3 · 3 h

Guillermo Barrientos Si claro pablito es muy de acabar con ETA
Con los opositores venezolanos
Con la monarquía... Ver más

Vicente Guillermo Pastor Guadalcazar Guillermo Barrientos terroristas vosotros que acusais sin pruebas e insultais hipócritas votando a quien mata con sus recortes lleva a la marginación a los débiles y ahí no se os ve defensores del terrorismo franquista que mató a centenares de miles de españoles, asco me da leer vuestros comentarios, patriotas de telediario.
Me gusta · Responder · 2 · 2 h · Editado

Guillermo Barrientos Jooooder
Que bueno y el primero que dijo tierra a la vista fue bobadilla
Me gusta · Responder · 2 h

Jesus Fernandez En el gobierno de Aznar estaba un tal Rajoy verdad??
Me gusta · Responder · 1 · 2 h

Guillermo Barrientos Es verdad no hay ninguna prueba de que eta matara a nadie
Vicente Guillermo de pastor
Que te repito que no voto a nadie

En esta dinámica discursiva la síntesis está excluida: es decir, un tercer universo discursivo que surja de los dos anteriores. De hecho, hemos intentado intervenir en las conversaciones de los foros con mensajes que pretenden una cierta equidistancia y no producen ninguna reacción a mis consideraciones: la inercia discursiva maniquea no deja que se cuele ningún otro posicionamiento:

Manuel Suarez Antonio Perez Lopez rivera es aun peor que el pp son los canvia chaketas de franco taianjistas
Me gusta · Responder · 19 min

Jose R. Tenorio No nos dejemos manipular por unos u otros, seamos personas con criterio propio; no hay que hablar a través de las palabras de los políticos, ni por mitologías
Me gusta · Responder · 17 min

Jose R. Tenorio Os apoyáis en lugares comunes para desclazar los discursos, por qué no nos damos la oportunidad de pensar por nosotros mismos? Basta ya de que nos arrojen comida ideológica
Me gusta · Responder · 16 min

Ana Harimsay Gonzalez Rivera de centro???? Del centro de que??? Del PP????

Intervención del investigador intentando cambiar la inercia discursiva

No ha sido la primera vez que intentamos que el debate vaya por otros derroteros, que salga de los raíles discursivos impuestos por esa formación ideológica, y siempre nos hemos dado de bruces: se vuelve a criticar a la derecha, cuando yo pedí reflexionar por el sentido profundo de esas críticas.

Estetización de la política

Una de las características de los sistemas discursivos complejos es que evitan precisamente la síntesis, la aparición de un tercer universo discursivo; todas las formaciones llevan implantados mecanismos que impiden este proceso de diálogo. Y Podemos no es una excepción; es más, pensamos que esta formación juega precisamente con un discurso maniqueo que enfatiza la polarización. No es de extrañar que “actualmente lo político se expresa en un registro moral (...). En lugar de una lucha entre ‘izquierda y derecha’ nos enfrentamos a una lucha entre ‘bien y mal’” (Mouffe: 2007).



Como han señalado Cruces y Díaz de Rada (1995: 177-178), aunque los rituales políticos modernos siguen centrados en la palabra, la acción política contemporánea manifiesta “una presencia constante de formas expresivas tomadas en préstamo de otros campos de acción social”.

La política de nuestros días adquiere una condición “parásita” al impregnarse de espectáculo, religión, fiesta, humor popular, canto, competición deportiva, etc. Esto se refleja en programas espectáculo como La Sexta Noche, donde los contertulios se atrincheran en unas posiciones y el discurso burlón hace de la guerra un juego:



Se está a la caza del titular simpático en un vodevil siniestro que agita las pasiones de un público que espera que se desangren, con las ballestas de los lugares comunes que como dj's de un funeral a cámara lenta los políticos saben mezclar. Nos arrojan comida ideológica para que la vomitemos.

Este programa y otros basa su éxito exclusivamente en azucarar las pasiones del público; de hecho, la configuración de una esfera pública depende, según Pérez-Díaz, de la creación de un sentimiento de pertenencia a una comunidad particular; y este sentimiento arraiga en experiencias compartidas configuradas por una serie de narraciones “que preparan el terreno a ritos que contribuyen a reforzar tales sentimientos” (Pérez-Díaz

1997:68).

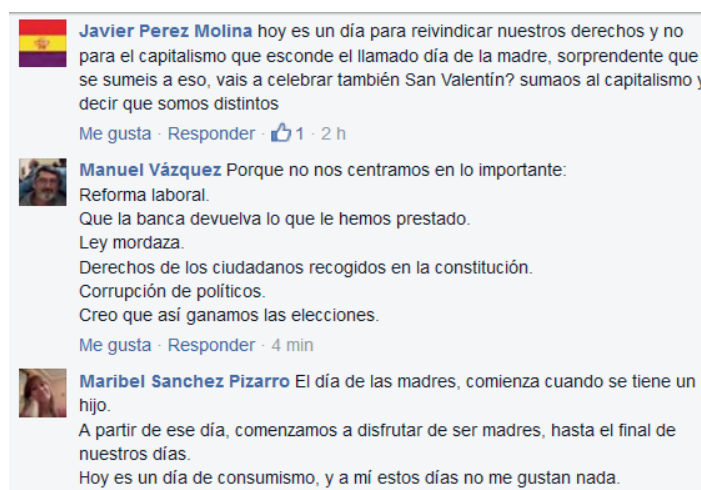
Por otra parte, estamos en una nueva era moralizadora. Como apunta Gonzalo Abril, "los "ojalás", "afortunada" y "desgraciadamente" que salpican gran parte de los informativos televisivos y radiofónicos, así como las "imágenes expresivas" de la prensa, no remiten ya a aquel modelo mediático paternalista que caducó hace más de un cuarto de siglo, sino más bien a la deriva moralista de la política" (Abril 2010:29).

La estética de la política se ha religiosizado:



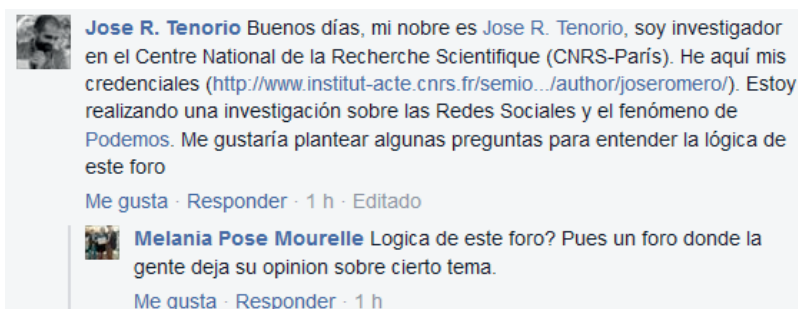
Vemos la imagen de Pablo Iglesias santificada por una aureola; la imagen electoral en las papeletas de las elecciones europeas del 2015 deja claro quién es el Nuevo Mesías, en una "representación teatral del poder" (González García, 1998: 57).

El mesianismo en política nos lleva a anular la razón y crear un régimen basado en las emociones. De esta manera, como argumentaba Karl Popper, la razón se aventura en un campo donde no puede ser contrastada con la experiencia. Por ello tiende a estar envuelta en contradicciones que producen una ambigüedad que Kant denominaría como "ilusiones" o "sin sentidos" derivando en un "dogmatismo estéril". Por ello, "al dejar el campo de la experiencia, nuestra especulación no puede tener estatus científico, a partir de que cada argumento debe tener un contra-argumento igualmente válido" (Popper 2010:255). De esta manera, nunca se llega a una síntesis, a un tercer universo discursivo:



¿Qué tiene que ver la celebración del día de la madre con la reforma laboral, la ley mordaza, la corrupción? Los discursos giran sobre sí mismos, constituyen un sistema cerrado, donde no se responde al otro sino al propio sistema discursivo, que se carga con su propia energía estática.

Una de las mitologías que urde las redes sociales es que con éstas todo el mundo puede tener la palabra, como refleja la internauta Melania Pose respondiendo a una de nuestras preguntas:



El “pseudorracionalismo”, como la llamara Popper, se basa en esta especie de creencia exacerbada en las propias capacidades. En un saber a “ciencia cierta”, con pretensiones de autoridad. Se trata, con palabras del propio autor, de una “fe irracional en la razón”. Popper criticaría este principio de democracia electrónica, arguyendo que es profundamente platónico puesto que ve la razón “como una especie de facultad que los hombres poseen y pueden desarrollar en distinto grado” (Popper 2010:439). El mesianismo hunde las opiniones en las redes discursivas impidiendo la argumentación basada en la experiencia.

El mesianismo alimenta la actitud mágica de una sociedad “cerrada”, primitiva o tribal, en la que su vida transcurre dentro de un círculo encantado de tabúes inmutables, de normas y costumbres que se reputan tan inevitables como la salida del sol, el ciclo de las estaciones u otras evidentes uniformidades semejantes a la naturaleza:



La comprensión teórica de la diferencia que media entre la ‘naturaleza’ y la ‘sociedad’ sólo puede desarrollarse una vez que esa ‘sociedad cerrada’ mágica haya dejado de tener vigencia. Y precisamente las redes sociales no van en esa dirección. Se supondría que los nuevos medios de comunicación responden a otro tipo de lógica: el montaje colaborativo de contenidos, la distribución en una estructura reticular, narrativas colaborativas; y aún así, el eterno retorno a lo mismo.

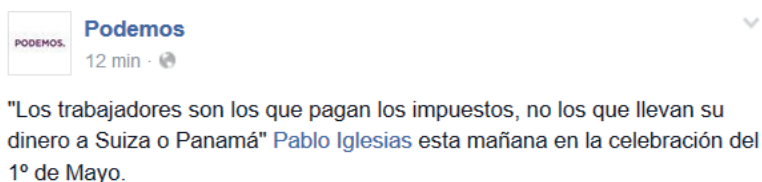
Populismo

Los debates contemporáneos en el seno de la ciencia política sobre los populismos están asimismo polarizados: hay quienes lo consideran como parasitarios para la democracia y otros, hostigadores de rupturas que revitalizan la democracia (Arditti 2007; Canovan 2005; De la Torre 2013). No es de nuestra competencia juzgar las consecuencias o atribuirle una etiqueta perniciosa o ponerlos en valor; es de nuestro compito, sin embargo, desentrañar los mecanismos que vertebran el discurso de Podemos y su permeabilidad en las redes sociales.

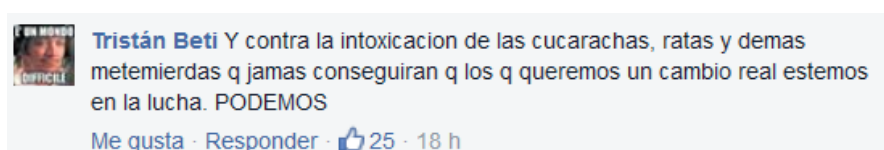
De la mano de Carlos de la Torre, que aplica su análisis a Latinoamérica, surcaremos la estructura narrativa de un partido político emergente cuyos miembros asesoraron a los gobiernos de Hugo Chávez, Rafael Correa o Evo Morales.

De la Torre identifica “la ocupación de espacios a través de marchas, mítines políticos o asambleas (...) junto a discursos maniqueos a favor del pueblo, construido como la encarnación de las virtudes y los valores auténti-

cos de la nación, y en contra de la oligarquía corrupta y vende patria" (De la Torre 2013:4). El siguiente mensaje de Pablo Iglesias, enmarcado en la manifestación del primero de mayo del 2016, ilustra a la perfección este postulado:

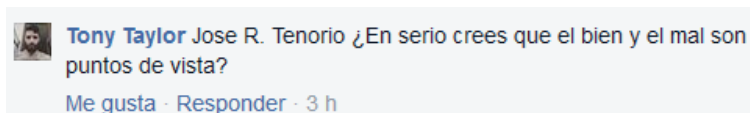


Como ya apuntaba Chantal Mouffe (2007), el discurso de la videopolítica se erige como una batalla del bien contra el mal. Esta intervención azuzada por un post de Podemos nos recuerda a una de las más crueles consignas de la guerra cuya violencia se pensaba desterrada tras el holocausto, la de Ruanda:



Recordemos que en esa siniestra guerra de 1994, las dos etnias dominantes en Ruanda se mataron a machetazos azuzados por la Radio Mil colinas, que llamaba al exterminio de de los tutsis "como cucarachas"; 800.000 mil personas fueron masacradas, muchos niños. Nos parece relevante que este mensaje de Tristán Beti no haya sido flameado, dada la crudeza. Evidentemente se juega en el terreno tribal de las emociones.

El internauta Tony Taylor, a una reflexión del investigador, apostilla:

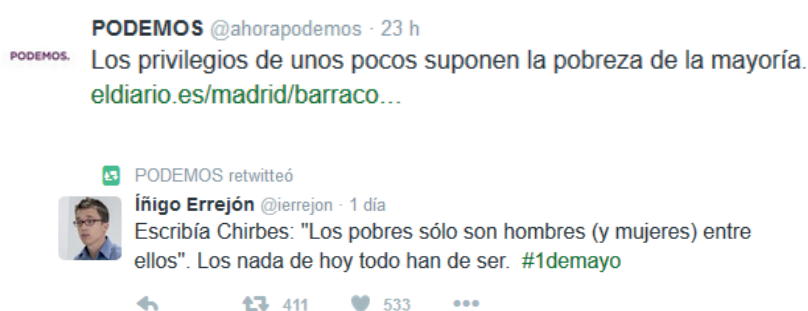


Los troles interiorizan que existen buenos y malos sin ninguna traba crítica, como ya hemos demostrado. Evidentemente existe un redentor, un Mesías que viene a salvar la democracia, como en varias de sus intervenciones asegura Iglesias y que permea en el espíritu de sus seguidores. Los rivales, PP, Ciudadanos, la casta, son "portadores de una serie de características que los transforma en malignos, e inmorales... independientemente de las acciones que emprendan (Edelman 1998:67). El populismo subvierte orden existente, para instaurar uno nuevo (Laclau 2005: 177).

Otra mitología apuntada por De la Torre en otra sede es que ese Mesías viene desde abajo hasta convertirse en una persona extraordinaria. La fotografía de uno de los libros de Pablo Iglesias, donde se puede observar en medio de gente normal, refleja perfectamente esta idea:



Otra de las características de los mensajes de Podemos es la inclusión de las clases más desfavorecidas (Panizza 2005):



Uno de los mitos fundadores de Podemos son las manifestaciones en la Puerta del Sol de Madrid de los indignados del 15M (15 de mayo del 2011). Panizza describió esta situación de los populismos un lustro antes (Panizza 2005). Son indignados con la clase política, porque no pudo dar respuesta a sus problemas. Podemos llevó a cabo una estrategia de politización y desnaturalización de las desigualdades sociales (Roberts 2003).

Conclusiones

En la época de las Cruzadas se pusieron de moda las reliquias. De hecho muchas iglesias románicas tienen partes de los cuerpos de algunos personajes religiosos: el dedo de San Lorenzo en la Basílica homónima de Huesca (España), la cabeza de Santa Catalina de Siena, el prepucio del niño Jesús que se conservó en Calcata (Italia) hasta que fue robado en 1984, gotas de leche de la Virgen María en la Catedral de Oviedo (España), sangre de Cristo en un frasco de cristal custodiado en Brujas (Bélgica).

Órganos sacralizados sin un cuerpo que controle lo erógeno. Deseantes pero no deseados. Zizek denominaba al órgano sin cuerpo «acontecimiento como puro efecto estéril de las interacciones entre los cuerpos» (Zizek 2006:48). Nada menos que el prepucio de Cristo sin el cuerpo ejerce un erótica del poder que suspende el impulso unificador del deseo corporal y lo retiene en una zona de alta intensidad que acorcha las terminales nerviosas, produciendo el efecto contrario: vigorexia, alta intensidad concentrada en un sólo órgano, superproducción de deseo. Zizek encarna esta figura en el masoquista «que encuentra satisfacción en el juego tedioso y repetitivo de rituales escenificados cuya función es posponer definitivamente el passage a l'acte sexual» (Zizek 2006:48).

Las redes sociales se han convertido en máquinas deseantes: el ejército de troles de Podemos se mueven por pulsiones, no escuchan cuando se requiere un quiebre, se amontonan desperdigados sin llegar a un aglutinamiento incluyente; buenos y malos, moros y cristianos, lucha contra el turco sin la nariz curvada. La sonrisa del gato de Cheshire permanece flotando cuando su cuerpo desapareció, empezando por la cola:

--¡Vaya! --se dijo Alicia--. He visto muchísimas veces un gato sin sonrisa, ¡pero una sonrisa sin gato! ¡Es la cosa más rara que he visto en toda mi vida!" (Carroll 2003:62).

"Es la virtualidad del puro afecto extraído de su inserción en un cuerpo" (Zizek 2006:48), la funcionalidad disfuncional de la erotización sin cuerpo que la produzca, pero con un envoltorio que la abandone a una dialéctica visible/invisible.

El quiebre, la posibilidad de retorno, de rehacer un cuerpo político es vaciarlo de sus órganos en una especie de anatomía danzante que constituya la sociedad atravesándola por "ejes y umbrales, latitudes, longitudes, geodésicas (...), gradientes que señalan los devenires y los cambios de que en él se desarrollan" (Deleuze; Guattari 2006:27). No dejar que nada se sedimente. Propiciar el "acontecimiento del devenir" (Zizek 2006:48) en cada discurso, volviéndolo discurrir "rizomático", "fuerza productiva del esquizo, esta explosión del sujeto unificado en la multitud impersonal de intensidades deseantes" (Zizek 2006:48). La vieja y la nueva política quieren que seamos masoquistas y no esquizos; sujetos girando en una espiral que no se cierra, imposible posicionarlos para dominarlos

"¿Se puede imaginar efectivamente un contraste más fuerte que el del esquizo que se arroja sin reservas al flujo del enjambre de pasiones y el masoquista que se aferra al teatro de sombras en que sus acciones meticulosamente puestas en escena repiten una y otra vez el mismo gesto estéril?" (Zizek 2006:48). El mismo gesto estéril de desacreditar otros universos discursivos. Fuera enunciados, archivos, discursos, declaraciones, todo ese universo que Foucault imaginó. La belleza de la palabra no reside en el órgano-palabra. Desechemos, demosle continuamente a la palanca de retorno de la máquina de escribir para cambiar de renglón y quedarse con ese ruido de timbre. La palabra y el timbre, el golpeo violento sobre la tinta, etc., etc., etc.

La ética de los cínicos entendió perfectamente que hay que disolver los grumos de los circuitos del saber-poder. Por ello vivían no sociabilizados: dormían donde les placían, eructaban ante la clase social alta, invitaban a comer manjares a los pobres. Cuando a Diógenes de Sinope lo vendieron como esclavo, le preguntaron qué era lo que sabía hacer, y él contestó: "mandar; comprueba si alguien quiere comprar un amo". Siempre descolocando, viviendo al límite. A los web-máster de Podemos no le preocupa lo previsible.

Bibliografía

- Abril, Gonzalo (2010). "Cultura visual y espacio público-político". *Cuadernos de Información y Comunicación vol.15*, pp. 21-36.
- Abril, Gonzalo (1997). *Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos*. Madrid: Cátedra.
- Albero Gabriel, Jaime (2014). "Twitter como generador de noticias. #PrimaveraValenciana en los Diarios Levante y Las Provincias". *Actas del Coloquio sobre Narrativas Transmediáticas y Construcción de los Asuntos Públicos*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. pp.7-11.
- Arditi, Benjamín (2007). *Politics at the Edge of Liberalism*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Canovan, Margaret (2005). *The People*. Cambridge: Polity Press.
- Carroll, Lewis (2003). *Alicia en el país de las maravillas*. Ediciones del Sur. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/119-2014-02-19-Carroll.AliciaEnElPaisDeLasMaravillas.pdf>.
- De la Torre, Carlos (2013). "El populismo latinoamericano, entre la democratización y el autoritarismo". Friedrich Ebert Stiftung (ed). *Nueva Sociedad*. Recuperado de <http://library.fes.de/pdf-files/nuso/10083.pdf>.
- Deleuze, Gilles; Guattari, Félix (2006). *El anti-edipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Barcelona: Paidós.
- Díaz Téllez, Ángel Saúl; Romero Tenorio, José Manuel (2014). *Cultural Studies y Estudios de Audiencia. La Revolución Cultural de la Escuela de Birmingham en la comunicación mediática*. Saarbrücken (Alemania): EAE.
- Díaz de Rada, Ángel; Cruces Villalobos, Francisco (1995). "La cultura política, ¿es parte de la política cultural, o es parte de la política, o es parte de la cultura?". *Política y Sociedad* 18, pp.165-184.
- Edelman, Murray (1998). *Constructing The Political Spectacle*. Chicago: University of Chicago Press.
- Fernández Castrillo, Carolina (2014). "El poder del User Generated Content en la era transmedial. Social Media Clips".

- Actas del Coloquio sobre Narrativas Transmediáticas y Construcción de los Asuntos Públicos*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. pp. 28-30.
- Foucault, Michel (2002). *La arqueología del saber*. Buenos Aires: S.XXI.
- Gabriella Coleman, Enid (2012). «Phreaks, Hackers and Trolls. The politics of transgression and Spectacle». En M. Mandiberg (ed), *The Social Media Reader*. New York: New York University Press, pp.99-119.
- Gabriella Coleman, Enid (2010). «Ethnographic approach to digital media». *Annual Review of anthropology* 39, pp.1-19.
- Galán Ugartemendía, José Ignacio (2014). “La Transmedialidad. Una nueva gramática para el sujeto complejo (revisitando La Aldea Global)”. *Actas del Coloquio sobre Narrativas Transmediáticas y Construcción de los Asuntos Públicos*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. pp.38-41.
- González García, José María (1998). *Metáforas del poder*. Madrid: Alianza.
- Lacrau, Ernesto (2005). *On Populist Reason*. London: Verso.
- Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Mouffe, Chantal (2007). *En torno a lo político*. Madrid: FCE.
- Oliva Marañón, Carlos (2012). “Redes sociales y jóvenes. Una intimidación cuestionada en Internet”. *Revista en Ciencias Sociales Aposta* n.54, Recuperado de <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf>.
- Panizza, Francisco (2005). *Populism and the Mirror of Democracy*. London: Verso.
- Pérez-Díaz, Víctor (1997). *La esfera pública y la sociedad civil*. Madrid: Taurus.
- Popper, Karl (2010). *La sociedad abierta y sus enemigos*. Barcelona: Paidós.
- Porter, David (1997). *Internet Culture*. New York: Routledge
- Roberts, Kenneth (2003). “Social Polarization and the Populist resurgence in Venezuela.” En Steve Ellner y Daniel Hellinger (eds). *Venezuelan Politics in the Chávez Era*. Boulder and London: Lynne Rienner. pp. 55-73.
- Valladares, Xiskya; Rodríguez, Iván (2014). *Gestión evangélica de trolls*. IMision. Recuperado de <http://congreso.imision.org/wp-content/uploads/2014/04/Gestion-de-trolls-iMision.pdf>.
- Zizek, Slavoj (2006). *Órganos sin cuerpos*. Valencia:Pre-textos.

Periodismo y comunicación digital

Mg. Lisandro Javier Catani

lisandrocatani@gmail.com

Con más de 15 años de experiencia he sido Redactor de la Sección "Economía y Negocios" del Diario "La Nueva Provincia", Columnista y Redactor del Boletín informativo "Acción Empresaria" de la Cámara del Comercio de Bahía Blanca, Columnista especializado de "Puro Marketing" (Madrid, España), entre otros medios.

Actualmente, como profesional independiente, soy el responsable de brindar el servicio de Posicionamiento en buscadores (SEO), Marketing en buscadores (SEM) y actualización de contenidos a diversos clientes.

Redactor, Columnista y Corresponsal de las secciones de Economía, Política, Internacionales, Viajes y Tecnología de Blasting News Europa (Chiasso, Suiza).

Resumen

Esta ponencia es con la finalidad de que el periodista disponga de herramientas en una era que es claramente digital. El periodista debe tener claro los conceptos para publicar sus contenidos en Internet, al tiempo que debe mantener su sentido crítico.

Por ello, hay que plantear un nuevo objeto de estudio sobre el que ya se ha comenzado a reflexionarse y no sólo de modo general sobre Internet, sino en particular sobre el periodismo electrónico, cuya investigación de alguna manera se ha emancipado de ese manto más amplio que es la reflexión sobre la red de redes.

Internet está creando constantemente nuevas formas de comunicación que, paralelamente, crean nuevas profesiones y nuevos profesionales, obligando además a las antiguas profesiones de este campo a adaptarse a los nuevos tiempos.

Publicar se ha convertido en una de las principales actividades de la red. Por eso hay que establecer qué papel juegan los autores ya sea de una página cualquiera o de una aplicación multimedia compleja, cuáles son sus intereses y qué derechos reclaman con respecto a sus creaciones.

Palabras clave: periodismo digital, comunicación digital.

Introducción

Esta ponencia es dictada con la finalidad de que el **Periodista** desarrolle habilidades en una era que es claramente **digital**. El mismo debe tener en claro estos conceptos, antes de publicar sus contenidos en **Internet** y al mismo tiempo, mantener su sentido crítico. Es necesario plantear un nuevo objeto de estudio sobre el que ya se ha comenzado a reflexionar sobre el **Periodismo Electrónico**, cuya investigación se emancipó de ese manto más amplio, que es la reflexión sobre la Red de Redes.

Internet está creando constantemente nuevas formas de **comunicación**, paralelamente surgen nuevas profesiones y nuevos profesionales, obligando además a las antiguas orientaciones de este campo a adaptarse a los nuevos tiempos.

Publicar se ha convertido en una de las principales actividades de la Red. Por ello hay que establecer qué papel juegan los autores ya sea de una página cualquiera, o de una aplicación multimedia compleja, cuáles son sus intereses y qué derechos reclaman con respecto a sus creaciones.

A lo largo de esta ponencia, trataremos de dar a conocer las posibilidades que se abren en el futuro con el **Periodismo Electrónico**, potenciando su situación actual.

Se trata de exponer temas, líneas y tendencias que se apuntan en el estudio y la investigación del mismo, así como las nuevas profesiones que se abren al **Periodismo**. También se aportarán enlaces, bibliografía y fuentes de información.

El periodismo digital frente al periodismo impreso: seguimiento y evolución

Historia

La República Romana, hizo circular una lista de eventos, llamada *Acta Diurna* (eventos del día), en el año cincuenta y nueve (a. C.). Hubo una publicación del gobierno imperial chino en el año setecientos trece (d. C.) llamada *Kaiyuan Za Bao* (Noticias Mezcladas). Estos precedentes de la prensa escrita no alcanzaron a tener mucho éxito o distribución sin la impresión masiva que se alcanzó a partir de Gutenberg.

La prensa escrita como tal, apareció bajo forma de hojas sueltas a finales del siglo XV (la invención de la prensa de papel data de los años mil cuatrocientos cincuenta). Durante los siglos siguientes empezaron a crecer numerosos periódicos, el periódico más veterano que aún opera hoy en día es el *Post- och Inrikes Tidningar* de Suecia, fundado en mil seiscientos cuarenta y cinco.

La generalización de los periódicos tuvo que esperar a la sociedad industrial: fue a partir de mediados del siglo XIX cuando se experimentó un gran desarrollo de estos medios.

En 1884, Otto Mergenthaler inventó la máquina del linotipo, que moldea líneas enteras de letras con plomo caliente. Este invento inició toda una época de trabajo que duró por casi un siglo.

En 1962, el **diario** *Los Angeles Times* empezó a acelerar sus linotipos con cintas perforadas de ordenadores RCA, después de automatizar la alineación y los hifenes en el texto en columnas, esto aumentó la eficiencia de los operadores manuales de los linotipos en un 40%.

En 1973, la corporación introdujo terminales de corrección electrónicos, que fueron imitados por las corporaciones Raytheon, Atex y **Digital** Equipment Corporation, entre otras, estas terminales entregaron tiras de tipo, sobre películas fotofijadoras de letra.

Formato

La mayoría de los **diarios** se distribuye bajo cuatro clases principales de formato:

- Hoja grande, tamaño sábana o asabanado, broadsheet: 600 mm por 380 mm, usado muchas veces por los periódicos más serios. Un ejemplo es el formato utilizado por el periódico *The Times* hasta 2004.
- Tabloide: la mitad del tamaño de los broadsheet, de 380 mm de largo por 300 mm de ancho. En los países anglosajones es muchas veces visto como sensacionalista frente a estos últimos, aunque en otros países, como España, es el tipo más utilizado.
- Berliner: de 470 mm por 315 mm, usado por periódicos como *Le Monde*.
- Arrevistado: formato similar a las revistas, incluso con grapas. Es poco frecuente, aunque se sigue utilizando, como es el caso del **diario** español *ABC* y el **Diario** argentino "*La Tarde*".

Digitalización de la prensa escrita

En la primera década del siglo XXI, el periódico impreso se ha visto sometido a una nueva corriente o medio de **comunicación**, el **periodismo digital** o ciberperiodismo. Aunque este fenómeno ha llevado al nacimiento de publicaciones únicamente **digitales** que optan por no disponer una versión en papel, ya que los costes de impresión y producción se incrementan y su difusión es mucho más extensa y eficaz.

De este modo, la versión **digital** ha desarrollado un lenguaje propio y específico, que se queda a medio camino entre el lenguaje tradicional escrito y el lenguaje audiovisual. Esto se debe a que la Red permite la inclusión

de texto, sonido e imágenes, facilitando al usuario la lectura y comprensión de la noticia.

Todo ello se suma a un lenguaje no tan estrictamente formal como es la prensa tradicional, ya que la rapidez también es una característica propia de este medio, tanto en la lectura como en la edición de la **información**. Del mismo modo que no se redacta igual en **televisión**, **radio** y prensa escrita, el consumo, por tanto, también es diferente, convirtiéndose en más conciso e intenso al minuto.

Por otro lado, se ha llegado a una ruptura de la periodicidad. La edición diaria de la prensa escrita tradicional ha llegado a tener dos publicaciones al día, que en la actualidad han desaparecido, pero que en casos especiales como noticias de última hora con repercusión mundial, aún se mantienen.

Sin embargo, en la versión **digital** la actualización de noticias, sea o no de repercusión mundial, se hace prácticamente en tiempo real, de modo que el periódico, como el lector, siempre están informado de todo lo que acontece. Esto supone una mayor competencia contra la **televisión**, que poseía la hegemonía de consumo de medios hasta hace poco tiempo.

La multimedialidad facilita la interactividad entre emisor y receptor, algo que hasta ahora ningún medio permitía, ya que eran dirigidos unidireccionalmente: el emisor envía un mensaje que el receptor interpreta, sin la posibilidad de responder.

Existen blogs, foros de comentarios, con críticas y opiniones de usuarios. Esto mejora el trabajo del **periodista** que se cerciora que su mensaje o **información** tenga repercusión y al mismo tiempo, pueda subsanar sus errores de redacción (recordando que el lenguaje empleado por el **periodista** está más cercano al oral que al escrito propiamente dicho, aunque mantenga ciertas normas lingüísticas). Además de una nueva concepción del receptor, más allá de considerarse un mero consumidor de **información**, surge el llamado **periodismo** ciudadano donde la acción de los mismos, toma un papel protagonista en la redacción de noticias.

Esta multimedialidad también se encuentra presente gracias a enlaces que permiten viajar por la Red, añadiendo contexto y perspectiva histórica a las noticias, remitiéndose a otros textos, nuevas imágenes, vídeos, etc. Todo ello hace que la legibilidad de una página web sea más directa y sencilla que la página de un periódico, es decir, ver elementos de color, movimiento, textos más cortos y una distribución de las distintas secciones más accesible, pues se puede ir a la sección deseada mediante un clic.

Muerte de los medios tradicionales

En el siglo XIX y principios del siglo XX se hablaba de la muerte de la pintura ante el surgimiento de la fotografía, la muerte del teatro ante el surgimiento del cine, la muerte del cine ante el surgimiento de la **televisión** y otros ejemplos similares, del mismo modo ¿se puede hablar de la muerte de los medios tradicionales de **comunicación** ante el surgimiento de los medios **digitales**? La prueba resulta tan relativa como los casos anteriores.

El periodista digital

El **periodista digital** Quim Gil, en su artículo ¿Qué es un **periodista digital**? Responde al interrogante diciendo que *“sería simplemente trasladar los usos y contenidos de la prensa tradicional a **Internet**. El verdadero **periodismo digital** sería el **periodismo** en Red, ya que este nuevo tipo de **periodismo** rompe con la **comunicación** lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del **periodismo** tradicional”*.

Por su parte, Concha Edo Bolós, en su artículo “El lenguaje periodístico en la Red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia .Estudios sobre el mensaje periodístico”, señala que *“el elemento básico de todo sistema de trabajo es el enlace o, mejor, el conjunto de enlaces. Todos deben de estar integrados en una secuencia lógica y accesible, jerarquizada o basada en la asociación de ideas, que invite a completar el recorrido*

previamente estructurado por el **periodista** con todas las facetas que se conocen hasta ese momento del acontecimiento relatado”.

Aspectos básicos:

- La **información** no es un bien escaso, se procesa en **información** que sobrea abunda. La pantalla de ordenador admite más texto que la página de papel.
- También importa la **información** fuera de la Red. Por ello, el **periodista digital** puede ofrecer un gran servicio a la comunidad.
- El **periodista digital** puede dar el acceso a las fuentes originales si es necesario.
- El **periodista digital** ha de valorar la **información**, si selecciona, opina y también, cuenta la opinión de los lectores.
- El **periodista digital** ha de actualizar los contenidos.
- **Internet** es interactivo, todo el mundo puede contactar con todo el mundo.

El periódico electrónico, ese que definimos como producto interactivo y multimedia, integra diferentes recursos como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido y está revolucionando los conceptos básicos del **periodismo** impreso. El **periodismo** en **Internet** no solamente lo encontramos en las páginas de periódicos online, **televisión** online o **radio** online, también está presente en otros sitios.

La recepción de **información** en los móviles nos presenta un nuevo desafío. Algunos conflictos legales dan muestra de que el periódico online es un nuevo medio.

El uso de **Internet** ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio. La prensa, que en un principio sólo busca un nuevo soporte de distribución, ha de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando en la Red con nuevos productos.

La prensa y el nuevo medio, son complementarios. La aparición de uno no tiene por qué suponer la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte sino la **información**.

Hay que considerar que en sus inicios cada nuevo medio de **comunicación** ha imitado patrones anteriores. La **radio** hubo de renunciar a la mera lectura de noticias de los periódicos y buscar nuevas reglas de emisión. La **televisión**, que en un principio se definió como una “**radio** con imágenes”, descubrió su propio camino.

¿Sabía que el nuevo medio tiene características específicas?

1.- Producto digital: El producto llega por medio de bytes en una pantalla electrónica y no sobre el papel. Se transmite por Redes telemáticas.

Los costos se reducen considerablemente respecto a las ediciones impresas. Esta es una ventaja considerable, sobre todo para aquellos que no cuentan con capital suficiente para iniciar un negocio.

Es accesible en cualquier circunstancia, siempre y cuando se cuente con un ordenador y una conexión a **Internet**. Los avances tecnológicos permiten que los periódicos se puedan recibir en cuadernos de papel electrónico en formato PDF, por ejemplo.

Llegarán las noticias de última hora a medida que se vayan produciendo y las fotos estáticas de la prensa escrita están dejando paso a imágenes animadas, tal como pudimos ver el pasado 11 de septiembre, con el atentado a las Torres Gemelas, en el periódico *El País*, edición del día 13 de septiembre, con un trabajo realizado en Flash, que visualizaba el choque de los aviones sobre las torres.

2.- Hipertexto: El hipertexto, término acuñado para reflejar la arquitectura de la WWW, que permite pasar de

página a página, acceder a los textos, imágenes fijas o en movimiento y sonidos, no es secuencial. El periódico electrónico se acerca más a la forma de pensamiento, las estructuras de las ideas no son lineales.

Una de las novedades más útiles que aportó desde el principio la Red es, sin duda, la posibilidad de utilizar el hipertexto, que no es secuencial, no responde a las claves tradicionales de la lectura, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así a través de links o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí.

3.- Instantáneo: El acceso es instantáneo. Se obtienen las **informaciones** de manera más inmediata. Se consulta la **información** casi en tiempo real, con lo que la distancia respecto a la inmediatez de acceso a la **información** comparado con otros medios como la **radio** y la **televisión**, se acorta.

A diferencia del periódico de papel, el electrónico no se ve obligado a esperar a la siguiente edición para poner a disposición de los lectores las últimas noticias o los aspectos más novedosos de dichas **informaciones**. Esta característica también supera en la práctica a la **radio** y la **televisión**.

4.- Actualizable: Ha entrado en crisis el concepto de periodicidad de los medios en línea. El periódico electrónico renovará la **información** conforme se vaya generando la noticia y las **informaciones** de interés.

Para ello, esta característica se puede considerar como fundamental. De poco valdrá un medio que no actualiza al instante las noticias más importantes, porque corre el peligro que nadie vuelva a sus páginas si su competencia ha aportado todo lujo de detalles, ante una noticia de impacto.

Lo importante es que la **información** cumpla con todos los requisitos periodísticos de la comprobación y de la veracidad de los hechos.

En la mayoría de los periódicos actuales que viajan en las Redes telemáticas la actualización de la **información** es una constante. Generalmente en la página principal aparece un recuadro que contiene las principales **informaciones** que en el día han acontecido.

The Washington Post y *The New York Times*, medios siempre a la vanguardia del **periodismo**, renuevan constantemente su **información** y sus imágenes. En España, *El País* actualiza la **información**, sin embargo la fuente de ésta son las agencias internacionales de noticias. El *Clarín Digital* de Argentina es un medio a la vanguardia, ya que actualiza su **información** nacional, local e internacional de manera continua. Servicios como *CNN Interactive*, o los servicios informativos de la empresa *Dow Jones*, ofrecen a sus usuarios la oportunidad de consultar **información** permanentemente actualizada.

5.- Contenidos personales: Con las posibilidades que ofrece **Internet** en cuanto a la capacidad de transmisión, ninguna **información** puede quedarse sin difundir, a no ser que el **periodista** decida rechazarla. Una web puede contar con la capacidad de servir amplitud de páginas, con sus respectivas noticias. **Internet** es un medio perfecto para la distribución de noticias e **información**. Un volumen infinito de ellas y documentos pertinentes como legislación, **información** estadística y discursos, entre otros, pueden ser incluidos. Al personalizarse el **diario** online, cada usuario seleccionará la **información** que quiere conocer. Esto hace que se pueda segmentar el tipo de lectores. Incluso algunas empresas han aprendido esta lección y ofrecen banners o anuncios publicitarios de determinadas características, en función del lector habitual de esos temas con una *cookie* de seguimiento, por ejemplo.

En algunos casos se establece el único inconveniente de pagar una cuota, como es el caso de *The Washington Post*. Por ello, el tema de pagar o no los contenidos es objeto de debate en muchos foros de discusión y en congresos de expertos. Algunos medios son capaces de personalizar las noticias y diseminarlas a través de áreas geográficas.

6.- Mundial: Llega a todas las partes del planeta, siempre y cuando estén conectadas a **Internet**. El periódico en línea no tendrá un mercado local, estatal o nacional, sino que su mercado será global, aunque sean sus

pretensiones. Esto es realmente diferente en comparación con el periódico impreso que para tener alcance local, nacional e internacional, los miles o millones de dólares se multiplican.

7.- Accesibilidad: Es posible tener el periódico en cualquier momento, en todo lugar, siempre y cuando tengamos un ordenador conectado a **Internet**. Esa disponibilidad de estar en el lugar de los hechos y transmitir en vivo desde cualquier lugar del mundo, es lo que caracteriza a la **televisión**; pero esa ventaja ya la tiene el periódico online.

En teoría, un acontecimiento que ocurra en cualquier sitio del mundo lo podemos conocer en el periódico de nuestra preferencia y en el momento que nosotros queramos.

No obstante, este apartado relacionado con la accesibilidad se comprobó que contaba con gran importancia el mismo día de los sucesos de las Torres Gemelas. Todos nos lanzamos a la web, después de haber visto la **televisión**, para ampliar las noticias y la escena que pudimos comprobar, era que muchos **diarios digitales** americanos, incluso la *CNN* estaban colapsados.

8.- Interactividad. Internet tiene retroalimentación que se denomina Interactividad. De hecho el éxito de la Red se debe a las amplias posibilidades que ofrece el medio para comunicarse con él.

La retroalimentación (feedback) es casi inmediata. Todo depende del servidor que se tenga para que la opinión, **información** o respuesta llegue a quien nosotros deseemos.

Se presenta una bidirección donde el emisor y el receptor se encuentran en el mismo plano. La ventaja de la interactividad es que permite al lector ser algo más que un receptor pasivo, y actuar por sí mismo en el producto.

Si hacemos un recorrido por los más importantes, en números de lectores, caso de *El País* o *El Mundo*, podemos ver que todavía se priman los contenidos. Se abren foros de participación, pero sigue siendo muy baja.

El articulista que orienta y expone su tesis sobre un tema determinado podría abrir la interactividad con contactos directos, todo el que se interese podría participar. Pero ni siquiera muchos de ellos insertan su correo electrónico para que el lector pueda remitirle una queja, una pregunta.

La interactividad, en mi opinión, todavía se está por ver. El lector no tendrá que esperar a enviar una carta por correo. **Internet** ofrece la posibilidad que el contacto sea mucho más directo, puede argumentar o reforzar las ideas de manera instantánea.

Las encuestas de opinión y el perfil del lector se pueden determinar de manera inmediata sobre los temas de actualidad. Otros incorporan un formulario para conocer determinados datos sobre los lectores como la edad, ocupación, aficiones, procedencia etc. que les ayude a confeccionar un perfil lo más exacto posible de su clientela, así como para hacer encuestas sobre determinados temas de actualidad en tiempo real de forma inmediata. El consumidor de **información** de hoy demanda de los medios una **información** cada vez más profunda y actualizada sobre aquello que le interesa. Reclama imágenes que se lo muestren, sonidos que se lo cuenten, textos que se lo expliquen. Y los reclama al instante de haberse producido la noticia.

9.- Personalización: El periódico electrónico ofrece la posibilidad de que cada uno de los usuarios del servicio reciba y escoja de una amplia gama de posibilidades solamente lo que a él le interesa. Gracias a la interactividad, el periódico conocerá cuáles son las necesidades de cada uno de sus lectores y de forma automática le hará llegar las **informaciones** más importantes que él desee.

El **diario** *The San José Mercury* fue pionero lanzando la idea de que empleando los medios telemáticos, sus lectores podían tener las noticias que previamente hayan solicitado, creándose entonces el proyecto *Mercury Center*.

El periódico inglés, *The Evening Standar* siguió la misma línea creando su proyecto *News Box*. Es un producto

más individualizado, un producto que no indique un solo camino a seguir, sino que propone una serie de senderos por los que cada lector, en función de todas sus características propias, elija la mejor vía. Un público masivo para un nuevo producto no masivo, sino individualizado.

10.- Multimedia: El periódico online es la suma de los tres medios masivos de **comunicación: radio, televisión** y prensa escrita, con la ventaja de cada uno. Lo que hoy conocemos como el periódico en línea se convertirá en un medio de **comunicación** que reúna la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la **radio** y la imagen de la **televisión**. Es la suma del texto, la voz, la música, la imagen fija, el vídeo, los recursos de la infografía.

En cualquier momento y en cualquier lugar el lector puede satisfacer su necesidad de **información** y encontrar la imagen deseada, así como el audio, cuando las condiciones físicas le impidan una lectura. Textos multimedia interrelacionados entre sí, con niveles de profundidad a veces de gran complejidad funcional, pero de gran facilidad para su lectura o recuperación.

11.- Confiable: La importancia de los periódicos en **Internet** radica en el prestigio que tienen. En la confiabilidad que el usuario deposita en ellos. El cibernauta no puede consultar la totalidad de páginas web, ni tampoco puede confiar en la veracidad de la **información** que le proporcionan.

Los medios de **comunicación** ya conocidos serán fuentes fidedignas, más que el resto de las páginas. No obstante, en palabras del **periodista** Brock Meeks, www.msnbc.com, mantiene que en su trabajo cada vez se siente menos **periodista** y más agregador de contenidos.

Para Luis Ángel Fernández Hermana, director de la publicación *EnRedAndo*, "la mayor parte de la **información** actual de la Red es redundante, poco contrastada, poco verificada, poco referenciada y poco fiable". También hay que reflexionar sobre esta opinión.

Hoy en día no se puede confiar en la integridad de la **información** si no es en los nombres de marca; pero en el futuro, será posible utilizar el "boca a oído electrónico" para calificar los contenidos de la Red.

12.- Nueva retórica: La utilización de las Redes telemáticas para poner a disposición del usuario el periódico online, la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización, entre otras características de lo que se considera un nuevo medio informativo y que en la actualidad, se le designa con el nombre de periódico online o **digital**, han conformado una nueva retórica con las siguientes características:

a) Páginas en lugar de secciones: el concepto de página deja de tener el sentido de un espacio físico limitado y se asimila al concepto de sección. Es decir, en el nuevo periódico online se habla de la página de nacional, la página de deportes, o de la página de opinión. En ese caso se incluye la totalidad de las noticias de cada sección, condensadas en una página electrónica con sus textos íntegros.

b) No existe la noticia de cinco columnas. La importancia de una noticia con respecto a otra se observa en su colocación, si es en la primera, segunda, tercer pantalla o según las que tenga el periódico online. Se puede analizar si se valoran más las fotografías respecto al texto, el grafismo frente a las palabras, el color frente al blanco y negro.

La noticia más importante se presenta en la parte superior, generalmente ocupa todo el ancho de la pantalla o de la parte que le corresponde al contenido. La valorización de las **informaciones** también se determina por su tipografía. Al abrir un periódico o revista, la atención de un lector se atrae inmediatamente a los elementos gráficos en la página, en lugar de los elementos textuales.

En **Internet** no sólo convence al usuario la calidad de **información**, también su presentación. La página principal o home page es la puerta de entrada al servicio. Hay una gran flexibilidad del formato. Los textos, imágenes, sonidos y vídeo se interrelacionan dando al usuario la máxima capacidad de navegación.

c) La fotografía y el color son elementos destacados en **Internet**. La prensa online puede ganar no solamente en contenidos, sino también en dinamicidad visual, si juega con la imagen fotográfica como materia visual.

13.- Gratuito: La mayoría de los servicios que proporcionan los periódicos en línea son gratuitos. **Internet es información** y si no se pone mucha **información** a un costo muy bajo e incluso gratuito, la gente no va a entrar a las páginas y no se va a vender publicidad. La gratuidad de los periódicos online favorece la consulta del usuario. Hay algunos títulos que exigen suscripciones para su consulta, pero afortunadamente son muy pocos.

Herramientas de trabajo del periodista digital.

¿Sabía que...?

Hay una gran variedad de servicios que requieren descarga y sólo están disponibles gratuitamente durante periodos que van de los 7 a los 21 días. Sólo nos concentraremos en herramientas gratuitas y en lo posible que no requieran descarga en nuestro ordenador.

Crear un blog gratis

Según *Wikipedia*, <http://es.wikipedia.org/wiki/blog>, *un blog ó bitácora es un sitio web que periódicamente se actualiza, recopilando cronológicamente contenidos de uno o varios autores, apareciendo siempre como primero el más reciente*. El nombre bitácora está basado en los cuadernos de bitácora o cuadernos de viaje que se utilizaban en los barcos para relatar el desarrollo del viaje.

Blog o Weblog proviene de las palabras web y log ('log' en inglés = **diario**). El término bitácora se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un **diario**, vía web. Los blogs son maravillosas herramientas de **comunicación** entre **periodistas** y su audiencia. Los autores pueden subir sus "post", "postear" es subirlo al blog, o publicarlo, mediante "entradas".

Blog más populares en español:

- 1- www.blogger.com
- 2- www.vox.com
- 3- www.wordpress.com

No todas tienen el mismo nivel de dificultad a la hora de administrar los distintos recursos. Blogger es la más sencilla; en un nivel intermedio ubicaría a Vox y quizá la más difícil de manejar (pero quizá la más completa) es WordPress.

Lo mejor que tiene Blogger es la sencillez de su plataforma. Cualquier persona puede disponer de su propio blog, sin que se requieran conocimientos específicos en la materia. Además, proporciona una gran variedad de recursos para ser añadidos a las plantillas de diseño que la plataforma ofrece como predeterminadas.

Asimismo, cualquier propietario de un dominio blog puede cambiarlo por un .com, haciendo la URL más accesible para la audiencia. Para hacer esto, sólo basta ingresar a www.blogger.com con los datos de usuario y contraseña y luego, desde la opción "Configuración", se selecciona el tipo de dominio deseado a través de la sección "Publicación". Allí, hay un área de opciones avanzadas que permiten decidir el tipo de URL deseada, haciendo clic en donde dice "Dominio Personalizado".

Un equipo de Blogger ha seleccionado varios blogs interesantes diseñados usando esta plataforma y la lista se puede consultar en: <http://blogsofnote-es.blogspot.com/>

Vox, www.vox.com es gratuito, de fácil utilización y tiene funciones de control que deciden quién puede ver los contenidos como textos, fotos, vídeos y audio. Permite el acceso a servicios como YouTube, Flickr o Pho-

tobucket, entre otros. También se puede decidir el nivel de privacidad que tendrá cada entrada, independientemente de su formato.

La cantidad de opciones que Vox brinda con relación al diseño del blog es muy vasta ya que posee una gran variedad de plantillas prediseñadas, que permiten el ajuste de colores, fuentes, etc. Lo interesante de esta plataforma es que se pueden publicar vídeos, pero también contenidos de audio.

Ciertamente, Vox es más versátil que otras similares, ya que integra el modelo de gestión de contenidos con una Red social: se puede formar parte de grupos e incluso crear sitios específicos para amigos y familiares.

Para explorar mejor este recurso utilice el enlace: <http://www.vox.com/explore/>

Finalmente, Wordpress no sólo es una plataforma para creación y administración de blogs, sino que además, es un sistema de gestión de contenidos.

El enlace <http://es.wordpress.com/> es el que permite el hosting gratuito de blogs, mientras que <http://wordpress.org/>, es el que corresponde a su sistema gestor de contenidos que previa descarga, puede utilizarse no sólo para la administración de blogs, sino además de sitios web. Es open source: software de licencia libre al que se le puede modificar su código.

Las causas de su singular crecimiento son, entre otras, su gran versatilidad en cuanto a la calidad y cantidad de recursos que ofrece, así como la comunidad de desarrolladores que ha contribuido a su popularidad.

En principio, el posting gratuito está configurado para tener un blog por sitio, pero también es posible administrar varios desde una misma cuenta. Su oferta de plantillas, es de las más completas.

Cabe mencionar que Wordpress es la herramienta más usada para blogs de noticias, tal como se ve en el enlace <http://es.wordpress.com/tags/>, que muestra la variedad de etiquetas o Tags usadas. Los tutoriales de Wordpress se pueden ver en: <http://tutorialwp.wordpress.com/>

Es claro que las mencionadas no son las únicas herramientas que podemos utilizar para crear y alojar blogs sin costo ni descarga. También podemos citar:

1- *LiveJournal*: www.livejournal.com

2- *Diario Gratis*: www.diariogratias.com

3- *Webs*: <http://www.webs.com/>

4- *Blogia*: www.blogia.com

5- *La Coctelera*: www.lacoctelera.com

Herramientas para publicar documentos en línea

Un problema muy propio de América Latina es que no se tiene la costumbre de mostrar los documentos originales a las audiencias. Y hay que empezar a hacerlo para que los ciudadanos se vayan acostumbrando a la necesidad de una **Sociedad de la Información** "documentada".

Como ejemplo de este tipo de herramientas, Issuu, <http://issuu.com/>, permite subir documentos y exhibirlos con un formato original.

Issuu tiene la capacidad de convertir un documento PDF en una revista **digital**, de manera muy sencilla. Una herramienta similar es Calameo, <http://es.calameo.com/>, ofrece distintos diseños y un botón de acceso: "leer la publicación", así como link para compartir y código de inserción. Sirve para **diarios** y libros. Está integrado a redes sociales como Facebook y Twitter, por lo que es muy sencillo postear a las mismas desde el sitio.

Hay otros programas similares que son de libre uso (freeware) y brindan eficientes resultados pero previa

descarga, como <http://pageflip.hu/>

Tendencias actuales del periodismo digital

Discusión en el foro sobre la Nota: Tendencias del periodismo digital

<http://lamula.pe/2013/01/07/tendencias-del-periodismo-digital-en-el-2013/jorgebossio>

Por Jorge Bossio

Fuente: www.kienyke.com

La página *journalism.com* le preguntó a expertos de medios como el *NY Times*, *The Daily Post* y *Storyful* las tendencias del **periodismo digital**. Sus predicciones giran en torno a los portales en sistemas operativos móviles, paywalls (sistemas que evitan que los usuarios de **Internet** accedan a contenidos clasificados sin tener suscripción) y la utilización de redes sociales con mucha interacción con los lectores.

Periodismo en la web

Alison Gow, editora del *DailyPost.co.uk*, predice que será necesario que los **periodistas** “no trabajen más duro sino más inteligentemente”, usando herramientas **digitales** que les ayuden a hacer su trabajo más eficientemente. Actualmente su equipo usa diferentes herramientas para llevarle las noticias a la gente en el momento en que ocurren.

Herramientas como Geofeedia (encontrar las noticias en las redes sociales por su ubicación), Spundge, Twitter Search, Instagram and RSS feeds, por ejemplo, para saber de qué están hablando las personas cuando se enteran de la noticia y que los lectores participen. Geofeedia, Spundge, Twitter Search, Instagram and RSS feeds serán algunas de las herramientas más utilizadas para localizar el lugar donde está ocurriendo la noticia, quién está hablando, tuiteando o posteando para ponerse en contacto con ellos e iniciar la conversación.

New York Times

El *New York Times*, por su parte, le apuesta al tema de comunidades dentro del **periodismo** en la Red. “Nos estamos concentrando en las comunidades y estamos pasando de tener una especie de comunidad basada en comentarios a una comunidad más comprometida, más involucrada, donde poco a poco se están desdibujando las líneas entre UGC (Contenido creado por usuarios) y las redes sociales y sus comentarios, hasta el punto en el que se está creando, en algunos casos, nuevas formas de **periodismo**”, dice Aron Pilhofer, quien dirige un equipo que abarca las fuentes periodísticas, redes sociales y comunidades en el *NY Times*.

Desde el 2010 el *NY Times* interactúa con sus lectores a través de los blogs. El proyecto “Imagina tu vida después del cáncer” alentó a los sobrevivientes del cáncer a compartir fotos de sí mismos.

Esta propuesta estuvo completamente dirigida hacia el lector. Fue organizada, expuesta y promovida por el *NY Times*, pero el contenido provino de los lectores.

Dispositivos

Otra de las palabras claves en los círculos del **periodismo digital** será: *responsabilidad*. Según el experto François Nel, “Últimamente se ha discutido mucho sobre la *responsabilidad -e incluso, irresponsabilidad-* de las nuevas organizaciones y creo que la discusión continuará en el 2013, pero además se hablará mucho de las *responsabilidades de los nuevos usuarios digitales*”. Para este académico la forma de manejar la inversión publicitaria seguirá bajo presión en el 2013.

Los usuarios **digitales** responsables se darán cuenta que contribuyendo directamente a las fuentes de noticias e **información** en las que confían es lo correcto.

Con la tendencia mundial y el incremento de los dispositivos móviles, es probable que este año los equipos de noticias aumenten sus actividades para servicios móviles en casos como el *The Guardian*, que tiene más tráfico vía móvil que por ordenadores en algunos momentos del día. El reto para los medios no será solo llevar sus contenidos a la creciente variedad de artefactos móviles, sino también sacar provecho de las oportunidades comerciales que la alta velocidad y la conectividad pueden traerles a precios asequibles.

Por último, los expertos le apuestan a los nuevos talentos y nuevas destrezas para los que hacen **periodismo digital**. *“Los ejecutivos con ideas más vanguardistas no solo se concentrarán en cómo trabajar más inteligentemente en el 2013, sino también en cómo lograr que los más inteligentes trabajen para o con ellos”* dice François Nel.

Después de años de reorganización, de ajustar correctamente el funcionamiento y la producción de contenidos, los medios no solo le apostarán a la inversión en nuevas **tecnologías**, sino en atraer y promover el nuevo talento. *“Estamos presenciando una redefinición de quién o qué es un **periodista** y los tipos de habilidades que necesita para entrar al mundo **digital**”*, afirma Aron Pilhofer del *NY Times*. Este experto predice, además, que veremos a especialistas “ajenos” al **periodismo** en la sala de redacción.

Los portales de **información**, los blogs, el uso de herramientas como Twitter e Instagram siguen transformando la forma de hacer **periodismo** en la Red.

Conclusión final

Como conclusión, podemos decir que el Periodismo Digital comienza a dar beneficios económicos (en el último año crecieron la publicidad y audiencias de los principales medios), pero aún es clave mejorar la creatividad y la eficacia de la publicidad online para explotar las posibilidades del nuevo soporte.

El Periodista Digital seguirá siendo imprescindible ante el avance del llamado “periodismo ciudadano”. En este caso, el Periodista Profesional deberá ser más que nunca una guía para jerarquizar la profesión.

Los usuarios seguirán la vigilia informativa constante e intensa sobre el trabajo profesional de los Periodistas y esto hará mejorar la calidad de la información.

La clave para la subsistencia del Periodismo Digital está en cumplir y respetar las reglas básicas del oficio. Esto es, las informaciones deben obtenerse, contrastarse y presentarse de modo jerarquizado.

Las noticias de los diarios digitales seguirán marcando la agenda informativa de los otros medios y se acentuará el modelo mixto: información libre más suscripciones pagas.

Cada vez con mayor frecuencia se cumple la siguiente afirmación: los periodistas publican, los usuarios/internautas participan y todos discuten los contenidos.

Con la explosión del Periodismo Digital, la profesión periodística está en una crisis de valores, técnicas y rutinas profesionales. El periodismo en el sentido tradicional del término desaparece, porque este fenómeno de la convergencia tecnológica va a cambiar todo: periodismo, informática y entretenimiento son una sola cosa, un mundo totalmente integrado.

Las posibilidades que se abren en el futuro con el Periodismo Electrónico son inimaginables, siempre que se lo use en forma responsable y con profesionales idóneos.

Bibliografía:

Acceso a información periodística a través de servicios de press clipping.

<http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-1/press-clipping.html>

Características de los diarios.

<http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/6/biblio/6ALBORNOZ-Luis-Caracteristicas-de-los-diarios.pdf>

Cómo hacer buenas páginas web. Daniel Clemente.

http://www.danielclemente.com/html/html_correcto.pdf

DiálogoTI / NextGenerationCenter. Empresa Digital. <http://goo.gl/H8N3UZ>

EduTEKA / El Periódico Escolar Digital. <http://www.eduteka.org/PeriodicoEscolarDigital.php>

El periodista digital. <http://web.jet.es/inforpesca/concepto.htm>

El Rol del Periodista en Internet - Juan Carlos Camus. http://www.usando.info/docs/ensayo_pedal.pdf

GUÍA DE INTERNET PARA PERIODISTAS. Universidad de Navarra, España. <http://www.unav.es/fcom/guia/old/Secciones/orgper.htm#2>

Herramientas Digitales para Periodistas.

<http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/herramientas-digitales-para-periodistas-ferramentas-digitais-para-jornalistas>

Tendencias del periodismo digital en el 2013. <http://lamula.pe/2013/01/07/tendencias-del-periodismo-digital-en-el-2013/jorgebossio>

WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. <http://es.wikipedia.org/>

Periodismo ante desastres: la explosión del Hospital Materno Infantil de Cuajimalpa, Ciudad de México

Desastre Jornalismo: a explosão do Hospital Maternidade de Cuajimalpa, Cidade do México

Journalism disaster: the explosion of the Maternity Hospital of Cuajimalpa, Mexico City

Nasheli Arellano Barrera

nasheliarellano1@gmail.com

Licenciada en Ciencias de la Comunicación. (Periodismo), por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y licenciada en Sociología por Universidad: Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). Jefa del departamento Medios y Redes en el Centro Nacional de Prevención de Desastres (CENAPRED) de la Secretaría de Gobernación (SEGOB). Responsable técnica del proyecto "Radios comunitarias: el derecho a comunicar y prevenir desastres" auspiciado por el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología (CONACyT).

Resumen

Se presenta un análisis de la cobertura periodística de la explosión en el Hospital Materno Infantil de Cuajimalpa, Ciudad de México, en cuatro periódicos de circulación nacional, La Jornada, Milenio, El Universal y Excelsior, en comparación con la cobertura que realizaron algunos medios digitales como la revista SinEmbargo. Se escogieron los anteriores periódicos por el amplio trabajo periodístico que realizaron en la Ciudad de México el 29 de enero, día de la explosión en el hospital.

Se busca entender de qué forma los medios digitales contribuyen a una nueva forma de comunicar en caso de un desastre y de qué manera tanto los medios digitales como los impresos construyen una percepción del riesgo entre sus lectores con los artículos periodísticos que realizan, durante la emergencia. Nos interesa entender si en estos casos hay una comunicación de riesgos eficiente, por parte de los comunicadores, que derive en una cobertura periodística adecuada, que contribuya a una eficiente atención de la emergencia.

Palabras clave: Acontecimiento, noticia, comunicación de riesgos, gestión del riesgo, percepción del riesgo y atención de emergencias

Título: desastre Jornalismo: a explosão do Hospital Maternidade de Cuajimalpa, Cidade do México.

Resumo

Uma análise da cobertura da mídia sobre a explosão no Hospital Maternidade de Cuajimalpa, Cidade do México, em quatro jornais de circulação nacional, La Jornada, Milenio, El Universal e Excelsior é apresentada, em comparação com a cobertura feita alguma mídia digital, como a revista no entanto. O trabalho abrangente periódica anterior jornalístico realizado na Cidade do México em 29 de janeiro, o dia da explosão no hospital foram escolhidos.

Ele procura entender como mídia digital contribuir para uma nova forma de comunicação em caso de um desastre e quanto a mídia digital como impressão construir uma percepção de risco entre os seus leitores com artigos de notícias que realizam durante a emergência. Estamos interessados em saber se as de comunicação eficaz dos riscos por parte dos jornalistas, resultando em uma cobertura da mídia adequada, contribuindo para um atendimento de emergência eficiente nesses casos.

Palavras-chave: Evento, notícias, comunicação de risco, gestão de risco, percepção de risco e emergência

Summary

An analysis of the media coverage of the explosion at the Maternity Hospital of Cuajimalpa, Mexico City, in four national newspapers, La Jornada, Milenio, El Universal and Excelsior is presented, compared with the coverage made some digital media such as the magazine HOWEVER. The previous periodic comprehensive journalistic work done in Mexico City on January 29, the day of the explosion at the hospital were chosen.

It seeks to understand how digital media contribute to a new way of communicating in the event of a disaster and how much digital media like print build a perception of risk among its readers with news articles that perform during emergency. We are interested in understanding whether these cases effective risk communication on the part of journalists, resulting in an adequate media coverage, contributing to an efficient emergency care.

Keywords: Event, news, risk communication, risk management, risk perception and emergency

Introducción

El siguiente trabajo es un análisis de la cobertura periodística sobre la explosión del Hospital Materno Infantil de Cuajimalpa, Distrito Federal, en cuatro periódicos de circulación nacional, *La Jornada*, *Milenio*, *El Universal* y *Excélsior*, en comparación con la cobertura que realizaron algunos medios digitales como la revista *SinEmbargo*. Se escogieron los anteriores periódicos por el amplio trabajo periodístico que realizaron en la Ciudad de México el 29 de enero, día de la explosión en el hospital.

El objetivo propuesto es conocer de qué forma los medios digitales contribuyen a una nueva forma de comunicar en caso de un desastre y de qué manera tanto medios digitales como impresos construyen una percepción del riesgo entre sus lectores con los artículos periodísticos que realizan, durante una emergencia. De esta forma, también nos interesa entender si en estos casos hay una comunicación de riesgos eficiente, por parte de los comunicadores, que derive en una cobertura periodística adecuada, que contribuya a una eficiente atención de la emergencia.

En la primera parte exponemos las perspectivas teóricas sobre la construcción del acontecimiento con las que trabajaremos para interpretar la información que se analizó, en seguida se presenta el diseño metodológico que se escogió para llevar a cabo un monitoreo de medios y un cuestionario de 13 preguntas, que se aplicó a un grupo 12 personas lectoras de los periódicos antes mencionados, con la finalidad de conocer el consumo de información que realizaron respecto a las noticias de la explosión, y de esta forma entender qué buscan conocer como lectores, cuando acontecen este tipo de hechos, y por último se presenta el resultado del análisis, así como las limitantes a las que nos enfrentamos y las conclusiones.

Desarrollo

Para fines del siguiente trabajo de investigación se retomará el concepto de construcción del acontecimiento tal como lo entienden Eliseo Verón (2010) y Miquel Rodrigo Alsina (2010), el cual será de utilidad para analizar la cobertura periodística que hicieron los medios impresos y digitales sobre la explosión del Hospital Materno Infantil de Cuajimalpa.

Una primera característica del discurso de los medios de comunicación es que éstos construyen una representación de la realidad a la que aluden. Sin embargo, esa realidad que refieren "es una realidad compleja, diversa y cambiante; es una realidad social poliédrica de la que sólo damos cuenta de algunas de sus caras" (Rodrigo, 2005, p. 47). Además, desde una perspectiva constructorista, la realidad no existe como tal sino que es socialmente construida.

Verón (1983) coincide en esta representación de la realidad social mencionando que:

"Los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran hechos en alguna parte de la realidad y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer de inmediato por los medios con mayor o menor fidelidad. Sólo existen en la medida en que esos medios los elaboran (p. 11)"

La anterior cita nos ayuda a entender de qué forma un hecho se convierte en acontecimiento en los medios de comunicación y a distinguir que no todo hecho que acontece en la realidad se convierte en un acontecimiento periodístico, pues de ser elaborado bajo los cánones que establecen los medios. De ellos, podemos considerar que para un medio un acontecimiento debe ser extraordinario y salir de lo cotidiano, además de modificar la estabilidad del orden social.

Como señala Rodrigo Alsina, la producción de la noticia es un proceso que se inicia con el acontecimiento. Pero no hay que entender el acontecimiento como algo ajeno a la construcción social de la realidad por parte del sujeto. Como apunta Stuart Hall (1981):

“dar sentido es localizarse uno mismo en los discursos” Es el sujeto observador el que da sentido al acontecimiento: “los acontecimientos estarían formados por aquellos elementos exteriores al sujeto a partir de los cuales este mismo va a reconocer, a construir el acontecimiento” (Rodrigo, 2005, p. 125).

Los insumos informativos que el periodista escoge le permiten construir un relato que toma en cuenta algunas instancias del suceso y descarta otras. Mediante esta práctica discursiva “el sujeto enunciador transforma la facticidad objetiva en una estructura subjetiva de sentido” (Sosa, 2000, p. 108).

Además habría que aclarar que no todo acontecimiento se convierte en noticia, por lo que es necesario explicar cuáles son las reglas de selección de los acontecimientos. Entre las más importantes se podrían señalar la frecuencia, la ausencia de ambigüedad, la imprevisibilidad, la continuidad, la actualidad y la pertinencia (Rodrigo, 2005, p. 175).

La tarea de producción de noticias es un acto de construcción semiótica de la realidad mediante el cual se transforma el fenómeno objetivo en factualidad discursiva. La noticia no es lo que pasa, sino un artefacto semiótico que representa simbólicamente lo que pasa (Sosa, 2000, p. 114).

La realidad discursiva que cada noticia construye se lleva a cabo mediante dos operaciones básicas: una de selección de unidades informativas y una de estructuración y jerarquización de la información.

La selección y la jerarquización de la información son funciones que realiza el “guardabarreras”¹⁴⁵ del medio con la finalidad de separar los acontecimientos noticiosos de los que no lo son. Esta selección es una operación de filtrado según la cual, de todos los acontecimientos sociales. El medio escoge los acontecimientos que le parecen más apropiados a su propósito informativo. En cierta forma, esta función seleccionadora es imprescindible pues no es posible, ni tampoco es el interés del medio, agotar la realidad social (González, 2000, p. 74).

Hay que señalar que en caso de un desastre se deriva una estrategia a nivel comunicacional que recibe el nombre de comunicación de riesgos. La comunicación de riesgo es por tanto, la estrategia comunicacional integral y planificada que acompaña a la gestión de riesgo frente a determinada amenaza de emergencia o desastre, con el objetivo de (OMS, 2009):

- Propiciar la participación de todos los sectores involucrados, dando consistencia y transparencia a la toma de decisiones e instrumentación de medidas de manejo del riesgo.
- Promover el conocimiento y la comprensión de los riesgos conocidos y desconocidos, informando y sensibilizando de forma planificada al público sobre las necesidades de protección de la salud, respondiendo a sus inquietudes y tratando de disminuir la ansiedad.

¹⁴⁵ Los guardabarreras son profesionales de probada experiencia que deciden qué noticias va a publicar o emitir su medio y cuáles quedan fuera. También señalan a los periodistas que están bajo sus órdenes, previa discusión, el enfoque a dar en cada noticia (López, 1995, p. 49).

- Integrar a la población en el proceso de manejo del riesgo y ayudar a establecer confianza pública en las instituciones encargadas de tomar decisiones, aliviando el miedo y la indignación generalizados. Esto permite hacer más eficiente y rápida la intervención o la respuesta de las autoridades.
- Colaborar en el diseño de actividades de educación que desarrollen capacidades en la población para que se prepare, participe de la minimización y prevención del riesgo en los espacios de su vida cotidiana: la familia, la comunidad, el trabajo, etc.

En este marco, las y los comunicadores son actores fundamentales para facilitar el diálogo entre población, etc. (población, organismos públicos y privados encargados de gestionar el riesgo, equipos de salud, comunidad científica y medios de comunicación), el manejo de conceptos y la apropiación del tema, generando una cultura de prevención y cuidados de la salud frente a los desastres.

Aunado a la comunicación de riesgos se encuentra la percepción del riesgo, un asunto que puede examinarse desde un punto de vista individual, como parte de la psicología humana. Intervienen en esta visión las características personales que tienen que ver con su historia personal pero ante todo, con las elaboraciones conceptuales de carácter social que condicionan la visión del mundo de un individuo.

Cabe recordar que una de las funciones de comunicación de los medios es que éstos construyen una representación de la realidad a la que aluden, y en la medida de la información que difunden contribuyen a la construcción de un pensamiento elaborado, con concepción científica del mundo, pero en determinadas condiciones o circunstancias, respondemos ante situaciones externas que nos impactan con el conjunto de los conceptos elaborados por el entorno social.. La respuesta ante los desastres es una de esas situaciones (Caballero, 2007)

Interesa en particular para este trabajo la percepción de los lectores, referente a los desastres porque las posibilidades de enfrentarlos de manera adecuada, en muchas ocasiones, pasa por la conceptualización que tienen las autoridades y los periodistas y que se materializan en las noticias que publican en los medios.

Metodología

Para el siguiente análisis se recurrió a una metodología de carácter cualitativo, porque buscamos realizar una interpretación del discurso periodístico, así como analizar el sentido construido por los lectores acerca del acontecimiento. Así pues, como la investigación social, según Rossana Reguillo, es esencialmente paradójica y en ella se pueden distinguir dos tipos de análisis: el tipo de *étic* y el tipo *émic*¹⁴⁶, los cuales nos permiten dialogar con nuestro objeto de estudio desde dos posiciones y permanecer próximos a nuestro objeto, aplicaremos instrumentos de carácter *étic* como un monitoreo de medios, una etnografía virtual y un cuestionario (Se anexan).

El monitoreo de medios funcionó como una herramienta para llevar a cabo un etnografía virtual³ de los medios digitales. En este orden la etnografía virtual me sirvió para alcanzar un orden de la información que circuló en Internet el día de la explosión del Hospital Materno Infantil de Cuajimalpa y conocer el contexto del acontecimiento periodístico antes de que éste llegará a los medios impresos.

Se diseñó, además del monitoreo un cuestionario de 13 preguntas el cual fue aplicado a 12 personas con una media de edad de 35 años. Las personas que se eligieron para el cuestionario fueron sometidas a una entrevista previa para conocer sus intereses de consumo de información, de acuerdo al medio al que recurren

146 *Étic* proviene del inglés, *phonetics* y se ocupa de los sonidos en el sentido físico y *émic* igual del inglés trata los fonemas en sentido lingüístico. *Étic* se refiere a la descripción desde el punto de vista externo. Se refiere, asimismo, a aquellos conceptos o categorías que utilizan para hacer comparaciones entre culturas. La perspectiva es totalmente descriptiva y refleja macroconocimientos y aspectos generales. *Émic* por el contrario, presenta la perspectiva interna de las personas que ya están integradas dentro de la cultura o de la propia sociedad al desglosar la interpretación del significado, con sus reglas y categorías, como el conocimiento sociocultural que rige y es común para ese grupo o sociedad.

para estar informados.

Es importante mencionar que antes de este grupo de personas se entrevistó al azar a personal de GACETA UNAM y vendedores del metro CU (cerca de 15 personas), pero ambos grupos de entrevistados manifestaron haberse enterado de la noticia por medio de la radio y que después de eso no buscaron más información. Por ello fue necesario hacer un estudio para identificar personas que se mantienen informadas a través de medios impresos.

Etnografía virtual

El pasado 29 de enero a las 7:15 horas se registró una explosión en el Hospital Materno Infantil de la delegación Cuajimalpa. Las primeras noticias que se emitieron a través de la radio y noticieros de televisión confirmaban la explosión y la muerte de dos personas a causa de una fuga en una pipa de gas LP, de la empresa Gas Express Nieto.

Cuatro horas después, cerca de las 11:00 horas comenzaron a circular las primeras noticias sobre la explosión, en los medios digitales y redes sociales. *Excélsior*, *El Financiero* y *Radio Fórmula* en sus sitios web se limitaban a informar el número de muertos y la ubicación del desastre. Todas sus notas aparecían firmadas por la Redacción con una extensión de 250 a 350 palabras y su fuente de información era el Jefe delegacional de Cuajimalpa, Adrián Ruvalcaba.

A esa misma hora el portal de la revista digital *SinEmbargo* se convirtió en el primer medio, de acuerdo al monitoreo que se realizó aquel día, en construir una noticia diferente y de recuperar el testimonio de los vecinos del hospital, así como de recurrir a los trabajadores de la empresa Gas Express Nieto:

María Lilia Flores, de 57 años, dijo esta mañana a *SinEmbargo*, con lágrimas: "No sabemos qué pasó ni cómo están. Mi hija está allí, adentro, en neonatos, acaba de dar a luz" "*sin embargo* llamó esta mañana a Gas Express Nieto. Una mujer informó que "por ahora no hay personal administrativo disponible que pueda dar información" sobre la tragedia"⁵.

Era la primera nota en la red que aparecía firmada, con una galería de fotos del desastre y de cuestionar al gobierno del Distrito Federal por los *reportes difusos que difundía*, según las reporteras Mayela Sánchez y Sandra Rodríguez Nieto.

Minutos más tarde medios digitales como, *Infobae América Latina* y *Chilevisión*, de países latinoamericanos retomaban la nota publicada por *Sin Embargo* y la complementaban con las declaraciones del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Miguel Ángel Mancera y las del Coordinador Nacional de Protección Civil, Luis Felipe Puente. En estos portales los usuarios publicaron los siguientes comentarios:

IvanKropkica "Pobresitos todos...No solo los nenes" Emma Franco "pobresitos de todos los nenes"

Aspecto que llamó la atención, porque antes de leer estos comentarios en ese portal no me había percatado que en *SinEmbargo*, los usuarios les solicitaban al medio que hiciera un reportaje más amplio, en el cual recobrarán otros accidentes relacionados con explosiones de pipa de la misma empresa:

ElenZuiga "Me gustaría que hicieran un reportaje más amplio, ya que desde hace dos años sucede algo muy grave en bomberos y el gobierno lo sabe, eso que sucedió fue por negligencia, porque no saben qué hacer los bomberos que fueron a laborar, ya que la mayoría compro su plaza por 18 0000, y han despedido a más de 150 bomberos con experiencia por ocupar esas plazas y poderlas vender" (SinEmbargo, 2015)

GE: "No manchen, pobres bebidos, no merecen semejante tragedia nadamás porque hay gente en la gasera y en el gobierno que no hace su trabajo, que nos les importa la seguridad" (Ídem)

Los comentarios además de hacer denuncias a medidas de corrupción dentro del sistema de bomberos, también se solidarizaban con las familias y pensaban en los bebés. Es importante, de qué forma los usuarios hablas de ellos pues los adjetivos que utilizan todo son en diminutivos: pobrecitos, bebitos, nenitos, etc.

En función de lo anterior podemos entender las prenociones de Hugh Miller (1995), quien retoma el análisis de Goffman para explicar la presentación de la persona en la vida electrónica: "Una de las cosas que la gente necesita hacer es interactuar con los demás. Uno mismo se desarrolla a partir del otro".

A las 13:00 horas de ese día comenzaron a circular las primeras notas de portales de periódicos de circulación nacional que citaban al Papa Francisco, quien pedía rezar por las víctimas de Cuajimalpa y las declaraciones de apoyo al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, por parte del Presidente Enrique Peña Nieto.

El periódico El Universal y Milenio a través de sus portales web en ese momento se convirtieron en los medios digitales más activos respecto a otros como La Jornada, el cual sólo publicó una nota durante ese día: "En malas condiciones, siete de cada 10 pipas de gas:

Las notas del Universal fueron firmadas por la Redacción y Alberto Morales. Con una extensión de 350 a 500 palabras, mientras las de Milenio fueron firmadas menos por la Redacción y más por reporteros y entre los que destacan Blanca Valadez, reportera titular de la fuente de Ciudad en Milenio y quien ha destacado por coberturas periodísticas en caso de emergencia como lo fue la Influenza en 2009.

"Llega ejército a hospital materno infantil"

"La Secretaría de la Defensa Nacional implementó el Plan DN-III en el Hospital Materno Infantil de Cuajimalpa, después de que explotó cerca del lugar una pipa que dejó al menos tres niños y cuatro adultos muertos, según cifras oficiales."

En este contexto sobresalen las notas que publicó el periódico El País en su portal web, por la extensión que supera las 500 palabras y tienen un formato más de reportaje y no de nota periodística. Todas aparecen firmadas y son hechas por sus corresponsales en México, quienes toman como fuentes de información a las mamás de los bebés afectados y contextualizan al lector de las condiciones de México respecto a este tipo de desastre.

"Al menos siete muertos por una explosión en una maternidad del DF".

Conclusiones

En este análisis se pone de manifiesto que los medios digitales en caso de un desastre imponen nuevas reglas para la cobertura periodística a los medios tradicionales, por la rapidez del flujo de información, también se evidencian las dificultades a las que se enfrentan los medios de comunicación para conseguir la información y llevar a cabo una eficiente cobertura periodística en caso de desastres. Se puede observar que ante estas dificultades los medios digitales buscan nuevos informantes desde su mismo mundo de interacción, como lo hicieron varios portales web que recurrieron a las cuentas de redes sociales de la empresa Gas Express Nieto o a las imágenes de Webcams de México.

Se entiende que con la aparición de los medios digitales la construcción del acontecimiento periodístico se complejiza, ya que lo esencial del acontecimiento se reporta al momento y los medios impresos se ven orillados a reconstruir el acontecimiento ya contado por los medios digitales, a partir de la visión de otras fuentes de información.

Los medios impresos siguen recurriendo a fuentes de información tradicionales de carácter gubernamental o testigos. Al recurrir a declaraciones oficiales de autoridades, los medios impresos sólo reproducen las declaraciones de instancias gubernamentales y se limitan a dar el número de víctimas. De la misma manera, este acto se ve representado en sus versiones online.

A diferencia de los medios tradicionales, los medios digitales cuestionan las acciones del gobierno en los textos que publican, sin ser necesariamente columnas de opinión. Mientras en los pocos reportajes que se encontraron recurrieron a reconstruir los hechos o a contar historias de los involucrados. Por lo tanto ni en medios digitales o impresos hay una construcción de la percepción del riesgo, que se trabaje desde la opinión de expertos o cuerpos de emergencia. Las notas periodísticas o reportajes que se realizaron respecto al grupo de búsqueda y rescata Los Topos o el Heroico Cuerpo de Bomberos giraron en torno a la historia de vida de los informantes y no sobre su trabajo en la atención de emergencia. Este tipo de historias, con el paso de los días se fueron convirtiendo en las narrativas de la explosión y se olvidó el desastre.

Pareciera que los medios impresos como La Jornada y El Universal han impuesto a sus lectores la información que deben consumir en sus contenidos, pues los encuestados manifestaron estar interesados en el número de víctimas, dónde había ocurrido y el tipo de desastres y no sobre la gestión del riesgo. Preguntas que responden a la estructura de una nota periodística. La percepción del riesgo que transmiten medios digitales e impresos es de carácter de emergencia, pues ocupan adjetivos de terror y tragedia y no de carácter preventivo ante este tipo de desastres que son para los medios únicamente mediáticos, pues en cuanto llega otro desastre más aparatoso se olvida el anterior.

Bibliografía

- Caballero José Humberto, 2007, La percepción de los desastres: algunos elementos desde la cultura, UNAM http://www.bdigital.unal.edu.co/4691/1/Gest._y_Amb_Vol.10_no._2-109.pdf.
- Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. En, J. Curran et al., *Sociedad y comunicación de masas* (pp. 357–392). México: FCE.
- Hine, Christine (200), *Etnografía Virtual*, Barcelona, Editorial UOC.
- Hugh Miller, *The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet*, 1995 <http://www.douri.sh/classes/ics234cw04/miller2.pdf>.
- Rodrigo, M. (2005). *La construcción de la noticia. Nueva edición revisada y ampliada*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Sosa, N. (2000). Estrategias retóricas en la construcción de la actualidad periodística. Análisis de la noticia de la prensa. En A. Gimete, (Comp.), *Ensayos semióticos* (pp. 107–115). México: Asociación Mexicana de Estudios Semióticos/ Universidad de Puebla/ Miguel Ángel Porrúa.
- Verón, E. (1983). *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Organización Mundial de la Salud (ONMS), 2009, http://www.msal.gov.ar/salud-y-desastres/images/stories/4-biblio-recursos/pdf/2014-04_estrategia-comunicacion-riesgo.pdf.
- Manguera de la pipa tenía fuga: Testigos | Aún buscan víctimas | Mancera confirma 2 muertos, SinEmbargo, Nacional, 29 de enero 2015, Mayela Sánchez y Sandra Rodríguez Nieto <http://www.sinembargo.mx/29-01-2015/1233265>.
- Tragedia en México: explotó un camión de gas en un hospital infantil, Infobae América, Sociedad, 29 de enero 2015, Redacción <http://www.infobae.com/2015/01/29/1623698-tragedia-mexico-exploto-un-camion-gas-un-hospital-infantil>.
- En malas condiciones, siete de cada 10 pipas de gas: asambleísta, La Jornada, Capital, 29 de enero de 2015, Raúl Llanos, <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/01/29/en-malas-condiciones-siete-de-cada-10-pipas-de-gas-asambleista-3902.html>.
- Llega Ejército a hospital materno infantil, Milenio, Ciudad de México, 29 de enero de 2015, Blanca Valadez, http://www.milenio.com/df/explosion_hospital_Cuajimalpa-explota_pipa_hospital-explosion_hospital_DF_o_454754618.html.
- Recuperado en la nota Tragedia por una explosión de gas en una maternidad de Ciudad de México, El País, Internacional, 29 de enero de 2015, http://internacional.elpais.com/internacional/2015/01/29/actualidad/1422542664_134451.html
- Mis gemelas estaban en una incubadora y ahora no las encuentro, El País, Internacional, 29 de enero de 2015, http://internacional.elpais.com/internacional/2015/01/29/actualidad/1422552307_257040.html
- Otras explosiones en la historia reciente de México, El País, Internacional, 29 de enero de 2015, http://internacional.elpais.com/internacional/2015/01/29/actualidad/1422547427_525911.html

Eje 7 Los retos de la formación y de la investigación en el contexto del periodismo narrativo y transmediático

“Aos que defendem a volta da ditadura”: reportagem da atualidade esclarece o passado

Christa Berger

Christab177@gmail.com

Jornalista, doutora em Comunicação pela USP (Universidade de São Paulo), com pós-doutorado em Teorias do Jornalismo pela Universidad Autónoma de Barcelona. Professora/pesquisadora da Unisinos e professora aposentada da UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul). Autora do livro *Campos em Confronto* e organizadora dos livros *O jornalismo no cinema* e dos dois volumes de *A Era Glacial do Jornalismo*. Pesquisadora do CNPq.

Resumo

O ano de 2015 foi um ano de disputas acirradas no cenário político brasileiro. Fez aflorar sentimentos de ódio originados de ressentimentos pelas conquistas que setores até então excluídos conquistaram no governo do Partido dos Trabalhadores, com manifestações contra o governo e em defesa do retorno do regime militar, encerrado em 1985.

O jornalismo produzido pela grande mídia com um discurso fácil, conveniente e repetível contribuiu para o acirramento das posições. Vozes alternativas, no entanto, fizeram-se ouvir tanto na grande imprensa como nas redes sociais.

Aqui a intenção é analisar uma reportagem considerada exemplar do jornalismo narrativo por combinar apuração minuciosa e texto em que a autora não esconde sua posição e mostra sua indignação frente aos fatos que narra. A reportagem “Aos que defendem a volta da ditadura”, de Eliane Brum, publicada no jornal *El País* (8/12/2014), parte da constatação de que somente pessoas ignorantes da história da ditadura militar no Brasil seriam capazes de defendê-la, e constrói seu argumento com histórias de crianças torturadas nesse período. A proposta da análise é mostrar as potencialidades da narrativa jornalística e, nesse caso, de dar resposta ao presente através do esclarecimento do passado.

Palavras-chave: jornalismo, narrativa, reportagem, memória, subjetividade.

“Há coisas que não viram palavras, há coisas que vão ser sempre indizíveis, o real, ele nunca vai ser alcançado totalmente. É bom que a gente fique com esse buraco, porque senão a gente pararia de contar histórias, pararia de fabular sobre a própria vida. E não há humano sem fabulação”.

Eliane Brum

Parto da compreensão de que o jornalismo é um discurso que dá sentido aos acontecimentos que marcam a vida da sociedade. Por isso, concordo com a afirmação de que o jornalismo, ao tratar da atualidade, reconhece e deixa antever marcas e sinais do tempo presente ao escolher acontecimentos e lhes conferir sentidos que advêm: a) da combinação de vozes (das fontes ouvidas, das instituições jornalísticas e dos jornalistas); b) da memória de matrizes culturais que vão sendo atualizadas a cada novo acontecimento; e, c) da narrativa que convida, conquista, compromete o leitor a se interessar pelo narrado. Eliane Brum, autora da reportagem¹⁴⁷ que escolhi para analisar as potencialidades da narrativa jornalística, em entrevista para o livro *O jornalista e a prática* (Marocco, 2012) apresenta seu pensamento sobre o jornalismo, a reportagem e sua posição como repórter-escutadeira. Fragmentos da entrevista são inseridos no texto para apresentar a autora e, assim, entender de que lugar a jornalista fala quando escreve a reportagem “Aos que defendem a volta da ditadura”.

[...] para mim o repórter é o historiador do cotidiano, é o contador da história contemporânea. O que a gente faz é documento, mesmo que seja um documento sobre a nossa incompetência. É com essa responsabilidade

147 http://brasil.elpais.com/brasil/2014/12/08/opinion/1418042130_286849.html.

que a gente faz nosso trabalho, seja uma nota ou uma matéria de 20 páginas. O que escrevemos fica. E sempre pensei assim: o que eu faço está influenciando gente agora e, daqui a 50, 100 anos, quando um pesquisador quiser entender como é essa época, ele irá aos arquivos e vai encontrar minha matéria. Se fiz mal o meu trabalho, se fui preguiçosa, se fui incompetente, vou dar uma ideia errada para quem estiver tentando entender a minha época. Então essa é a nossa responsabilidade: produzir documento de qualidade, que dê toda a complexidade da história que contamos, o maior número possível de verdades e nuances” (Brum, p. 85).

A autora dá ao jornalismo um lugar privilegiado para o entendimento do presente e identifica o movimento entre a cobertura do acontecimento da atualidade e as interpretações que merecerá quando for estudado como passado. Ela sabe, também, que é na reportagem, no texto de fôlego maior que este potencial do jornalismo tem mais possibilidade de se realizar.

O jornalista argentino Roberto Herrscher escreveu um livro¹⁴⁸ em que teoriza sobre o “periodismo narrativo” a partir da análise do perfil e dos trabalhos de alguns grandes jornalistas – narradores, entrevistadores, cronistas – apontando características que identificam, conforme ele, o que é uma narrativa jornalística. À descrição destas características de Herrscher complemento com o pensamento da jornalista.

1. O ponto de vista e o narrador.

Para Herrscher, esta é a principal diferença entre uma notícia e uma narrativa jornalística. O jornalista está autorizado a mostrar seu ponto de vista e constrói sua própria voz por meio de uma narrativa que é única. “Esse viaje lo hice yo, no lo pudo haber hecho ningún outro. Si lo hiciera outro periodista tal vez sería peor, tal vez sería mucho mejor, pero sería totalmente distinto. El relato de esta naturaleza es siempre una invitación al lector a embarcarse en un viaje con, por y desde el escritor. Tenemos que ver nosostros primero con ojos especiales. Si logramos que el lector vea con nuestros ojos, dirá tal vez al final eso tan gratificante de escuchar ‘al leerte, sentía que yo también estuve ahí’” (p. 37). Eliane Brum complementa: “Como repórter, a gente tem dois instrumentos, que são os mais importantes: o olhar e a escrita. Eu me considero uma escutadeira da realidade” (Brum, p. 76). “O desafio de cada repórter é descobrir qual é a sua voz, qual é o seu jeito de contar a história, qual é o seu jeito de fazer as coisas. Tenho o meu e vou passar o resto de minha vida procurando a minha voz. Quando a encontro, ela logo me escapa, porque estou sempre descobrindo uma coisa nova. E cada um vai ter que fazer isso para ter uma voz que seja sua e que seja escutada, porque o mundo está ficando muito mais exigente nesse sentido” (Brum, p. 83).

2. A história é dos outros.

Se o jornalismo narrativo deixa claro o ponto de vista e a voz do jornalista é das histórias dos outros que ele deve se ocupar. Esse outro, quanto mais distinto e “estranho”, maior o desafio para ser fiel a ele. “Eu faço matérias e vou morando em alguns lugares e tal e sempre peço para as pessoas: ‘Mostra o teu mundo’. Porque o que a pessoa me mostra – e o que ela não me mostra – são coisas muito importantes para começar a entender como ela entende aquele mundo. Porque não sei nada daquele mundo. Só sei o que li aqui e ali. Se eu for para aquele mundo achando que sei sobre aquele mundo, só vou aumentar a minha ignorância. Então eu tenho que descobrir como aquela pessoa enxerga o seu mundo. Porque ela me mostra isso e não me mostra aquilo? Porque ela deixa de me mostrar tal coisa? Essas são questões importantes que só descubro dessa maneira” (Brum, p. 79).

148 Herrscher apresenta seus mestres para tratar da narrativa jornalística. Eles são Kapuscinski, Oriana Fallaci, Talese, Mitchell, Wallraff, Hersey, Capote, Garcia Marquéz entre outros.

3. De fontes e declarações a pessoas e diálogos.

Os jornalistas dependem de fontes para descrever o acontecimento. Fontes ouvidas como especialistas, como poderosos, como vítimas que fornecem declarações. Ao jornalismo narrativo cabe fazer da fonte um sujeito. Ele pensa, fala, dá vida a sua experiência que merece ser posta em contexto. “Então, em geral, quando posso, chego para as pessoas e digo: ‘Me conta’. – e o que ela me conta primeiro, e como ela me conta, é informação importante, que não saberia se tivesse feito a primeira pergunta. Porque a primeira pergunta já direciona. Não estou nem falando daqueles repórteres que saem com uma tese e obrigam o entrevistado a falar uma frase para encaixar. Isso aí não é jornalismo, nem levo em consideração, mas estou falando de uma pergunta honesta mesmo. Mesmo a pergunta honesta ela já direciona. Tenho feito algumas experiências nesse sentido e tenho percebido como muda a apuração” (Brum, p. 76).

4. O detalhe relevante.

Os detalhes reveladores são, às vezes, uma pequena cena, uma frase, uma imagem que bem captada pode abrir caminho ao entendimento do acontecimento. Como periodistas, diz Herrscher “cuando encontramos una escena así y la podemos transmitir para que el lector sienta que la ve con sus propios ojos, estamos entrando en una dimensión a la que muchas veces sólo acede la ficción, la poesía, la música o el cine. Pero estamos llegando ahí para contar la realidad, permitirle al lector conocer algo de lo que pasa en el mundo, en el país o en la ciudad” (p. 41). “Então, o bom jornalismo é aquele que escuta o dito e o não dito, escuta os silêncios, aquele que sabe que os gestos e os cheiros podem ser informações tão importantes quanto a palavra” (Brum, p. 89).

5. Quais histórias pedem e merecem ser contadas.

Tudo o que diz respeito à vida merece ser contado. Mas são as histórias de gentes especiais e experiências transformadoras que valem o investimento e o tempo para circular como matéria jornalística. É quando uma história vivida encontra seu narrador. “A história se impõe. É o meu compromisso. Quando uma história me encontra, tenho que contar essa história” (Brum, p. 86).

Por essa compreensão, o texto jornalístico quer mais que informar, entreter ou ensinar. Quer que o leitor cresça; que, conhecendo a história desse outro, mude ou amplie ou transforme sua visão de mundo. É disto que se trata quando um texto jornalístico corresponde a essas cinco características.

Entre os gêneros jornalísticos, é na reportagem que melhor se manifestam as potencialidades da narrativa. Ela pode libertar, emancipar, esclarecer, até mesmo dar a conhecer o leitor a si mesmo. Beatriz Marocco, ao apresentar um pequeno texto em que Foucault¹⁴⁹ elabora uma proposta de “reportagem de ideias” mostra como esse gênero tem potência para reconhecer os acontecimentos em estado nascente. A reportagem de ideias, diz a autora, olha de um modo transgressor a época em que se vive e faz a crítica à ordem social hegemônica. Nesse tipo de reportagem, há um deslocamento da compreensão tradicional de como a fonte é percebida – “a função da fonte é pedagógica. A fonte se constitui como sujeito de seu próprio discurso, nenhuma autoridade falará em seu nome, a fonte não ocupa um lugar em que se lhe oprime a um modelo e que é predeterminado, mas de capacidade reflexiva, uma intervenção na realidade dos sujeitos que assumem tal condição” (Marocco, p. 41).

Memória já não mais silenciada

Nos jornais dos países da América Latina que viveram ditaduras militares nos anos 1970 é comum encon-

¹⁴⁹ Foucault escreveu *As reportagens de ideias* em 1978 para explicar sua proposta de produzir um conjunto de reportagens reunindo intelectuais e jornalistas que “trabalharão no ponto de cruzamento entre as ideias e os acontecimentos”.

trar entre as notícias dos acontecimentos marcantes da atualidade, informações que indicam a persistência de um passado “que não quer passar”: esclarecimento da identidade de filhos de militantes desaparecidos, julgamento de torturadores, reconhecimento oficial para reparação econômica das vítimas, instalação de Comissões da Verdade. O aparecimento dessas notícias ocorreu depois de alguns anos de silêncio e de tentativas de construção de experiências democráticas sem a prestação de contas com o passado.

Isto porque a memória é obstinada, e os sujeitos que guardaram no corpo as dores do passado sabem que o que aconteceu é um tema público e seu esclarecimento é imprescindível para a constituição de sociedades democráticas. Depois de instalados os mecanismos formais da democracia, aparece, entre as exigências para seu desenvolvimento e aprofundamento, a necessidade de colocar em algum lugar a violência de Estado que persiste, ou os obstáculos para a vigência de um Estado de direito. A pergunta sobre continuidades ou rupturas entre o que ocorreu nos regimes ditatoriais e as democracias ainda frágeis precisa ser respondida e se encontra nas bordas também das narrativas jornalísticas.

A memória, como um fenômeno da sociedade contemporânea, merece algumas considerações. Não existe uma memória ou uma interpretação consensual compartilhada por toda a sociedade, ao contrário, a memória é disputada, há conflitos, pois, pessoas e fatos estão em julgamento e dizem respeito a relações de poder. São cenários políticos do presente que ativam a memória e, assim, também dão novos sentidos ao passado. Questões que pareciam esquecidas ou pouco relevantes reaparecem em função de novas demandas sociais ou pontos de vista culturais, e impulsionam a busca por sinais, restos, testemunhos que tinham sido relegados. Por fim, a memória tem uma dimensão subjetiva em que testemunhos de experiências “íntimas e pessoais” são transformados em manifestações públicas.

O espaço da memória é, então, um espaço de luta política: contra o esquecimento, para não voltar a acontecer, mas, também, para fazer trabalhar o pensamento. Não basta recordar é preciso saber pensar sobre o que passou. O tempo próprio da memória é o presente, o tempo apropriado para trazer o passado para lembrar e produzir a crítica é o presente.

Paul Ricoeur aponta um paradoxo nessa questão. O passado já passou, é algo que não pode ser modificado. O futuro, pelo contrário, é aberto, incerto, indeterminado. O que pode mudar é o sentido deste passado, sujeito a reinterpretaciones ancoradas na intencionalidade e nas expectativas em relação ao futuro. Este sentido do passado é um sentido ativo, dado por agentes sociais que se colocam em cenários de confronto e luta frente a outras interpretações, outros sentidos, ou contra silêncios e esquecimentos. Por isso, recordações e memórias são construções. A irrupção do passado no presente só é acessada pela narrativa, que dá um *continuum* de significação e interpretação entre os dois tempos.

“Se recuerda, se narra o se remite al pasado a través de un tipo de relato, de personajes, de relación entre sus acciones voluntarias e involuntarias, abiertas y secretas, definidas por objetivos o inconscientes; los personajes articulan grupos que pueden presentarse como más o menos favorables a la independencia respecto de factores externos a su dominio. Estas modalidades del discurso implican una concepción de lo social, y eventualmente también de la naturaleza. Introducen una tonalidad dominante en las ‘vistas de pasado’” (Sarlo, p. 13).

A circulação massiva do passado, como parte do fenômeno contemporâneo da obsessão pela memória, está conectada com o imaginário social, o que lhe dá especificidade em relação a outras narrativas sobre o passado, como a história ou a ficção. Beatriz Sarlo afirma que esta modalidade não acadêmica de escritura encara a volta ao passado em função de necessidades do presente, intelectuais, afetivas, políticas e que muito do que foi escrito sobre as décadas de 1960 e 1970 na Argentina (e também em outros países da América Latina) em especial nas reconstruções baseadas em testemunhos, pertence a este gênero. Essas narrativas asseguram um sentido e por isso podem oferecer consolo, identificação e, até, sustentar ações políticas.

A narrativa jornalística, principalmente a reportagem, que investiga, descobre, avança na elucidação dos fatos passados, parte da identificação de sujeitos que testemunham, que trazem sua experiência e a expõe para

partilhar por meio do jornalista que converte a experiência do outro em algo comunicável. A narrativa inscreve a experiência em uma temporalidade que não é a mesma de seu acontecer, mas a de sua recordação, e resulta do encontro da subjetividade daquele que testemunha com a subjetividade do que escuta para narrar.

A reportagem de Eliane Brum¹⁵⁰

“Eles eram 400 nas ruas de São Paulo, no primeiro sábado de dezembro, pedindo intervenção militar. Quatrocentos não é pouco. Um é muito.”

A reportagem publicada em 8 de dezembro de 2014 parte de uma perplexidade da jornalista que dá voz a indagação de muitas pessoas que se perguntam como ela: como é possível que brasileiros reivindiquem a volta da ditadura? A resposta que ela ensaia, é: “eles não podem saber o que estão dizendo. Quem sabe, não diz, não seria capaz, não diria”. E é pensando nesses que desconhecem o que foi a ditadura que ela traz a experiência de um grupo que conhece bem como a ditadura agiu, porque sofreu em suas mãos mesmo sendo apenas coadjuvantes da luta contra ela. A jornalista dá “voz às crianças torturadas, de várias maneiras, pela ditadura”. Ela conta na reportagem cinco histórias das 44 que constam do livro publicado pela Comissão da Verdade de São Paulo de adultos torturados na infância e que testemunharam na Comissão. São relatos comoventes. De Ernesto Dias do Nascimento que, com dois anos e três meses, foi considerado terrorista, “elemento menor subversivo”, banido do país por decreto presidencial. “Me levaram diversas vezes às sessões de tortura para ver meu pai preso no pau de arara. Para o fazerem falar, simulavam me torturar, com uma corda, na sala ao lado, separados apenas por um biombo.” De João Carlos Schmidt Grabois, que foi preso ainda na barriga da mãe. A mãe estava grávida e quando os carcereiros pegavam as chaves para abrir a porta da cela e levá-la para as sessões de tortura, o bebê começava a soluçar dentro da barriga. “Joca nasceu na prisão e, anos depois, já crescido, quando ouvia o barulho de chaves, voltava a soluçar. A marca da ditadura nele é um soluço.” Quando a mãe implorou para a levarem ao hospital depois de muito pedir, o médico respondeu: “É melhor, um comunista a menos”. De Carlos Alexandre de Azevedo, o Cacá que não conseguiu transformar a lembrança em memória. Ele tinha um ano e oito meses quando sua casa foi invadida por policiais do DOPS. Como começou a chorar, os policiais deram-lhe um soco na boca que sangrou. Preso, recebeu choques elétricos que nunca conseguiu descrever. Ele se matou aos 40 anos, seu pai disse: ele viveu apavorado e esse pavor tomou conta dele. De Ângela Telma de Oliveira Lucena que também viveu o conflito entre lembrar e esquecer. Ela tinha três anos e meio quando executaram o pai diante dela. “Eu vivia um conflito entre apagar, riscar aquilo da minha vida, mas, ao mesmo tempo, sabia que, se fizesse isso, estaria riscando a história da minha família.” “Eu gostaria muito de poder apagar esse momento do assassinato do meu pai da minha vida. Mas eu não posso, eu não consigo. Porque a única memória que tenho do meu pai é exatamente o momento da sua morte”. De Paulo Fonteles Filho, cujo parto da mãe¹⁵¹, grávida de cinco meses, foi uma tortura iniciada por policiais, completada por médicos. Era espancada com socos e pontapés aos gritos, de: “Filho dessa raça não deve nascer”.

Depois de dar voz a esses “outros”, a jornalista assume seu lugar de narradora sensível. “Essa é a memória das crianças da ditadura. É a lembrança do parto de suas mães. Nós, que não fomos torturados, não temos como alcançar como é viver com essa marca – ou tentar fazer marca do que ainda é horror – num momento histórico em que depois de tudo – alguns brasileiros perderam a vergonha de pedir a volta da ditadura.”

Depois de trazer os casos que teve acesso pela Comissão da Verdade de São Paulo, Eliane Brum narra a história de Grenaldo Erdmundo da Silva Mesut, a quem ela acompanhou de perto, e cuja história exemplifica as potencialidades que uma reportagem pode ter quando reúne certos atributos da apuração, do empenho da repórter e dos acasos que confirmam que as histórias procuram seu narrador. Ao contrário da maioria, Grenal-

150 Eliane Brum é jornalista, escritora e documentarista. Atualmente escreve uma coluna de opinião quinzenal no portal de notícias *EL PAÍS*. Recebeu mais de 40 prêmios nacionais e internacionais por suas reportagens.

151 Hecilda, a mãe de Paulo Fonteles Filho, escreveu o livro *Luta, substantivo feminino*: mulheres torturadas, desaparecidas e mortas na resistência à ditadura. O livro foi publicado pela Secretaria Especial dos Direitos Humanos.

do não tinha lembrança da repressão, sabia pouco da ditadura que lhe submeteu a pior das torturas: a ele foi negado o direito de saber que era filho de um homem assassinado pela ditadura, a ele foi negado o exercício da passagem da lembrança para a memória.

Eliane conta como seus caminhos se cruzaram. Trabalhando em uma reportagem, encontrou o nome de um médico legista acusado de forjar laudos para a ditadura. Ilustrou a matéria com dois casos em que ele teria atuado para apagar a responsabilidade do regime militar. E publicou junto com a reportagem a foto dos dois. Um deles era o marinheiro Grenaldo de Jesus Silva que sequestrou um avião da Varig, foi morto no aeroporto de Congonhas e mereceu no dia seguinte a versão do regime na capa dos jornais; “Encurralado, terrorista suicidou-se”.

A pequena foto mobilizou lembranças. Um ex-sargento, José Barazal Alvarez, especialista da aeronáutica, veio procurar a repórter para contar que tinha ficado encarregado de recolher os pertences do morto e tinha encontrado uma carta ensanguentada em que contava ao filho as razões do sequestro e prometia buscar a família assim que chegasse ao Uruguai. Esse segredo tinha ficado com o ex-sargento por 30 anos. Outro exemplo do que é conviver com a ditadura. Ele não contou para ninguém, nem mesmo para sua esposa, o que viu. O jovem não havia se suicidado, mas tinha sido morto com dois tiros. A história estava buscando a jornalista, pois ela saiu à procura do filho, não encontrou nenhum registro nos documentos que guardam os testemunhos das vítimas da ditadura. Meses depois, outro telefonema. Agora da mulher do filho, cuja irmã tinha encontrado a reportagem folheando a revista velha no consultório médico. Grenaldo queria falar com Eliane.

Ele tinha crescido ouvindo seu pai ser chamado de ladrão, a mãe não sabia da militância do pai e nunca tinha entendido o que havia acontecido. Na sua vida de pobreza e maus tratos, não saber do pai não causava estranheza. Agora, aos 35 anos, professor de educação física e pai de família via, pela primeira vez, uma imagem do pai. Eliane foi ao encontro dele levando livros sobre a ditadura. E tendo a responsabilidade de contar a um filho quem era seu pai. Ela conta do seu temor. Por ela, ele não será tratado como uma fonte, cuja história será espetacularizada depois. É ela quem marca um encontro entre o filho e o ex-sargento. O que recolheu o corpo do seu pai e leu sua carta. José, também, encerrava com o encontro três décadas do pesadelo que o silêncio forçado traz.

Eliane seguiu com Grenaldo na busca por sua história. Conseguiram localizar a última pessoa a estar com seu pai no avião com vida e provar que ele fora assassinado. Testemunhas lembravam do estranho caso do homem suicidado com um tiro na nuca. Grenaldo, o pai, foi reconhecido como um dos executados pela ditadura e o filho pôde receber uma indenização do Estado, reencontrar a avó paterna e a letra do pai no verso de uma foto que enviou do filho, dizendo: “São três anos que completo, sou um menino. Um dia vou crescer, visitar o Maranhão”. Três décadas passaram até ele cumprir a promessa do pai.

E assim termina a narrativa da história de Grenaldo. O buraco que tinha com a ausência do pai está sendo preenchida com a construção da memória. Agora ele tem um pai e sabe do país em que vive.

Aqui confirmamos a memória como luta política, como lugar de disputa de sentidos que o presente, ao acionar o passado, encaminha a um futuro de possibilidades. Quando Eliane Brum iniciou a primeira reportagem não sabia o que a esperava. Foi uma apuração atenta que associou o nome do médico legista, já ouvido outras vezes, como cúmplice da ditadura que deu início a uma segunda reportagem. A que esclareceu mais uma ponta da triste história dos anos de chumbo no Brasil. E que, esclarecendo narrativamente, tivesse impacto na vida de Grenaldo e, também, na de José. A memória é obstinada e, neste caso, levou 30 anos para dar um novo sentido à vida do filho que encontra o pai através de uma foto 3x4. A reportagem analisada aqui segue narrativizando o “passado que não quer passar”.

Na narrativa jornalística, conforme Herrscher, o jornalista dá a ver sua autoria; reconhece o outro a quem dá voz e convida ao diálogo; não deixa passar detalhes, pois estes podem ser de muita importância na construção da reportagem; e sabe reconhecer quando a história é merecedora de si e de ser contada.

“Aos que defendem a volta da ditadura” é uma reportagem autoral. Eliane Brum tem voz, assume o lugar que lhe instiga a escrever esta reportagem, assume que vai dar voz a esses adultos com suas lembranças de crianças torturadas. E escolhe a quem vai dar voz em sua reportagem. São testemunhos que ela selecionou retirados de um livro, aos quais acrescenta uma história que retoma de uma antiga reportagem produzida por ela. Faz, aqui, uma meta narrativa. É uma história em que os detalhes foram muito importantes – há o nome de um médico que aciona uma pista para ser apurada, há uma carta perdida, há um acaso no encontro de uma revista velha em um consultório. As fontes não são fontes passivas ou interessadas em dar versões sobre o acontecido. Elas estão tratando de suas vidas e são ouvidas por uma escutadeira que lhes dá a posição de sujeitos de suas histórias e não para usar seus relatos como declarações. Por fim, a história das crianças torturadas encontrou sua narradora. A história de Grenaldo Erdmundo da Silva Mesut foi mais que o encontro da história com sua narradora para registro no jornal e no livro. “Este eu conheci de perto. Testemunhei. Meu caminho se cruzou com o de Grenaldo de uma forma que só acontece na vida real. Se fosse ficção seria considerada tão fantasiosa que soaria de má qualidade.” Mas aqui a narradora não só contou para o outro a história de sofrimento desse menino que virou homem, como pela apuração jornalística construiu com ele a sua história. A narrativa aqui foi emancipadora, cumpriu a função de curar as feridas produzidas pelo silêncio sobre sua própria história. Diz a jornalista: “Eu era a ponte imperfeita e aquém diante dele. Quando voltei desse encontro, lembro de ter deitado na cama de roupa e ficado ali de olhos estalados até o dia amanhecer, porque era tão grande aquilo, grande demais”.

Eliane Brum desenvolveu uma estrutura de reportagem que iniciou com a pergunta sobre quem são esses que reclamam a volta do regime militar, escolheu histórias de crianças para ilustrar como a ditadura agia, e, ao final, assume inteiramente seu ponto de vista:

“Dizem que eram ‘apenas’ 400 no primeiro sábado de dezembro, em São Paulo. Alegam que 400 pedindo intervenção militar é pouco. Eu digo que um é muito. Respeito o direito que têm de se expressar, porque ao fazê-lo reforçam a expressão máxima da democracia, na grandeza de acolher a voz até mesmo de quem exige o seu fim. Mas me reservo o direito de, por um momento, escolher a ingenuidade. Prefiro acreditar que vocês não sabem do que falam nem o que pedem. Não podem saber. Se soubessem, não ousariam.”

“Aos que defendem a volta da ditadura” é um exemplo de reportagem de ideias. Demonstra a potência do jornalismo que intervém na atualidade, por meio da informação precisa e da crítica ao pensamento comum vinculado à ordem social hegemônica. E o jornalista assume seu lugar de trabalhador intelectual ou funcionário da humanidade.

Bibliografia

- Brum, E. (2012). Eu sou uma escutadeira. In: Marocco, B. *O jornalista e a prática*. Entrevistas. São Leopoldo: Editora Unisinos.
- Foucault, M. (2008). As “reportagens de ideias”. In: Berger, C; Marocco, B. *Ilha do Presídio. uma reportagem de ideias*. Porto Alegre: Libretos.
- Herrscher, R. (2009). *Periodismo Narrativo*. Santiago do Chile: RIL Editores, Universidad Finis Terrae.
- Jelin, E. (2002). *Los trabajos de la memoria*. Argentina: Siglo veintiuno editores.
- Ricoeur, P. (2003). *La memoria, la historia, el olvido*. Madrid: Trotta.
- Sarlo, B. (2005) *Tiempo Pasado: Cultura de la memoria y giro subjetivo*. Una discusión. Argentina: Siglo Veintiuno editores.

Narrativa Transmedia, como herramienta de integración en el aprendizaje colaborativo de estudiantes de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Quindío en Colombia

Transmedia storytelling as a tool for integration in collaborative learning students of Social Communication - Journalism at the University of Quindio in Colombia

Transmídia como uma ferramenta para a integração dos estudantes de aprendizagem colaborativa de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade de Quindio na Colômbia

Bibiana Magaly Mejía Escobar / bibianamejia@uniquindio.edu.co

Psicóloga, Especialista en Desarrollo Humano y Especialista en Administración de la Informática Educativa. Magíster en Educación – Candidata a Doctor en Cultura y Educación Latinoamericana. Docente investigador del programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Quindío desde hace 15 años. Académica invitada permanente a seminarios de maestría en Universidad Católica de Manizales, Universidad de Caldas y Universidad San Buenaventura.

Lina María León Cárdenas / lmleonc@uniquindio.edu.co

Fonoaudióloga, y Especialista en Administración de la Informática Educativa, docente investigadora del programa de Comunicación Social- Periodismo de la Universidad del Quindío, coordinadora académica en el sector oficial educativo de Básica, Magíster en Educación, con experiencia de 15 años, asesora de proyectos de investigación de nivel de pregrado y de maestría, par lectora de obras de conocimiento, experiencia en procesos de inclusión escolar, atención particular en las áreas de lenguaje y aprendizaje en niños, problemas de voz y audiolgía.

Julián Enrique Páez Valdez / jepaez@uniquindio.edu.co

Comunicador Social – Periodista – Magíster en Información y Comunicación de la Universidad de la Sorbonne Nouvelle Paris III. Docente investigador del programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Quindío y la Universidad Católica de Pereira. Asesor y par lector de trabajos de grado nivel pregrado. Con experiencia investigativa en comunicación digital y metodologías de investigación digitales como las cartografías web.

Resumen

Las narrativas transmedia son herramientas propias de los nuevos escenarios educativos, por consiguiente, se hace necesario pensar en el uso adecuado y responsable de dichos dispositivos en las prácticas educativas de los nativos y migrantes digitales.

Para esta investigación se utilizó el estudio de caso, realizando un diagnóstico enfocado a la integración de los medios de comunicación y las TIC dentro de los currículos académicos de los docentes del programa de Comunicación Social Periodismo de la Universidad del Quindío en Colombia.

Concluyendo que es evidente que las narrativas transmedia, están inmersas en la cotidianidad de las personas, conformando lo que se conoce como virtualidad o era digital, pero no es suficiente hablar de estos conceptos, es necesario considerar el papel que juegan estas herramientas dentro de la formación profesional de los estudiantes de periodismo, además del uso que los docentes dan a estos elementos para contribuir al desarrollo cognitivo y gestión del aprendizaje colaborativo de los alumnos.

Por ello se hace indispensable que los docentes se formen en una cultura digital y que aprendan a introducir y combinar en sus métodos de enseñanza, lo tradicional de la educación con la novedad que ofrece el mundo de la transmedia.

Palabras clave: Narrativa; Transmedia; aprendizaje colaborativo

Summary

The transmedia narratives are typical of the new educational scenarios, therefore, it is necessary to think of the proper and responsible for such devices in the educational practices of the natives and digital immigrants use tools.

The case study was used for this research, making a diagnosis focused on the integration of media and ICTs within school curricula of teachers of Social Communication Journalism program at the University of Quindio in Colombia.

Concluding that it is clear that transmedia narratives, are immersed in the daily life of people, forming what is known as virtual or digital era, but it is not enough to talk about these concepts, it is necessary to consider the role of these tools within the vocational training for journalism students, and the use that teachers give these elements contribute to cognitive development and management of collaborative student learning.

Therefore it is essential that teachers be trained in a digital culture and learn to introduce and combine their teaching methods, traditional education with the innovation offered by the world of transmedia.

Keywords: Narrative; transmedia; Collaborative learning

Resumo

As narrativas transmídia são típicas dos novos cenários de ensino, portanto, é necessário pensar o bom e responsável por tais dispositivos nas práticas educativas dos nativos e imigrantes digitais usam ferramentas.

O estudo de caso foi utilizado para esta pesquisa, fazer um diagnóstico focado na integração das mídias e das TIC nos currículos escolares dos professores do programa de Jornalismo Comunicação Social na Universidade de Quindio na Colômbia.

Concluindo que é claro que transmídia narrativas, estão imersos na vida diária das pessoas, formando o que é conhecido como era virtual ou digital, mas não é o suficiente para falar sobre esses conceitos, é necessário considerar o papel dessas ferramentas dentro do formação profissional para estudantes de jornalismo, bem como a utilização que os professores dão estes elementos contribuem para o desenvolvimento cognitivo e gestão da aprendizagem dos alunos colaborativo.

Por isso, é essencial que os professores sejam treinados em uma cultura digital e aprender a introduzir e combinar os seus métodos de ensino, a educação tradicional com a inovação oferecida pelo mundo da transmídia.

Palavras-chave: Narrativa; transmedia; aprendizagem colaborativa

Introducción

Para el desarrollo de esta investigación es fundamental conocer la situación particular en la Universidad del Quindío en donde las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y los medios de comunicación llegan para incorporarse en los espacios académicos. De allí surge un nuevo proceso de adaptación para los docentes, pues si bien es constante el uso de estas herramientas pedagógicas y tecnológicas, es claro que aún falta mucho para poder hablar de cultura digital, ya que los estudiantes dan un uso quizá incorrecto a estas herramientas, en el momento en que las emplean para el ocio y no para la parte educativa. Es allí donde el papel del docente es fundamental a la hora de formar al estudiante en una cultura digital donde se dé el uso educativo adecuado y necesario para el desarrollo cognitivo de los estudiantes.

En las aulas de clase de la Universidad del Quindío el docente se convierte en ficha clave para la formación integral y profesional de los estudiantes. Con la llegada de las TIC y los medios de comunicación aparecen nuevos retos para el docente: por un lado dar las directrices del espacio académico y por otro abordar los nuevos elementos tecnológicos que llegan a integrarse al aula de clase. Es necesario que el docente aprenda a combinar estos dos métodos de enseñanza puesto que es claro que los estudiantes están sumergidos en una era digital sobre la cual algunos docentes aún no tienen suficiente claridad y manejo. Es por esto que deben considerar la posibilidad de mezclar lo tradicional de la enseñanza con las nuevas herramientas tecnológicas, de tal manera que el estudiante no pierda esa interacción con el conocimiento y se fortalezcan sus habilidades de aprendizaje a través de estas nuevas pedagogías tecnológicas y educativas.

Es claro que esta investigación aportó al conocimiento de la línea de investigación y al campo de investigación en el área de la comunicación social y el periodismo, ya que permitió reflexiones educativas en cuanto a la aplicación de herramientas dentro del aula de clases y el manejo que los docentes dan a estas a través de sus cátedras en el Campus universitario.

La universidad goza de muy buena capacidad tecnológica instalada, representada en equipos, redes y software. Cada vez se avanza más hacia la consolidación de la infraestructura que posibilita la participación en la red. Superada esta parte técnica, los problemas son otros y se expresan en las siguientes cuestiones: ¿Qué hacer con la infraestructura instalada? ¿Cuáles son las prácticas docentes y los procesos emergentes? ¿Para qué todos estos recursos? ¿Cómo aprovecharlos? ¿Cuáles son las estrategias de apropiación? ¿Cuáles son los impactos de estos fenómenos sobre los procesos de transmisión y construcción de conocimiento?

De acuerdo con esto, se resalta que la presente investigación contribuye a la formación de espacios tanto educativos como sociales, en cuanto que los docentes utilizan y adaptan las herramientas tecnológicas a los diferentes contextos en los que se desenvuelven (familia, amigos, aula de clase). Además permiten que estos apliquen nuevas formas de interacción y comunicación independientemente del espacio en el que se encuentran.

Este proyecto presentó una mejor definición en cuanto a los conceptos de nuevas tecnologías de la comunicación y la educación –TIC- y los medios de comunicación masivos. A su vez permitió el estudio del ambiente académico en cuanto a la planta docente de la Universidad del Quindío con el fin de conocer la manera cómo estos toman parte de la nueva era de enseñanza a través de las herramientas tecnológicas que ofrece la globalización. Por tanto llevar a cabo esta investigación fue totalmente factible ya que se cuenta con el grupo de estudio que en este caso son los docentes de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes de la Universidad del Quindío y además con la planta tecnológica disponible en el campus.

Dentro del diseño metodológico se contempló un diagnóstico en cuanto a penetración y uso de TIC para la transmisión de conocimientos de un grupo de docentes de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes. Los resultados en esta fase de recolección de información fue un insumo sustancial para la prueba piloto que deberá aplicarse de manera similar con grupos de docentes en las demás facultades de la UQ, La cual está considerada en la segunda fase del proyecto macro.

Respecto al tema estudiado aunque se evidencia un abordaje por parte de otras instituciones a nivel nacional e internacional, se puede ver que en la Universidad del Quindío no se le ha dado la relevancia pertinente, puesto que aunque como se ha dicho anteriormente si bien el campus universitario cuenta con tecnología y medios de comunicación, los conceptos de prosumidor, transmediaciones y nuevas tecnologías no han sido tomados en cuenta dentro de otras investigaciones que se han hecho.

El tema de las nuevas tecnologías y medios de comunicación, finalmente logra convertirse en un campo álgido en el cual se estudian y reflexionan diversos aspectos y situaciones. A nivel mundial estos temas han sido abordados por gran cantidad de autores que se dan a la tarea de hacer una relación entre medios de comunicación y TIC y el campo de la educación, para conocer las ventajas y desventajas a la hora de incorporar las nuevas herramientas tecnológicas al aula de clase. Ahora bien, en la Universidad del Quindío pocos estudios se han hecho en este sentido, pero sí, algunas temáticas han sido abordadas para estudiar las nuevas formas de enseñanza e interacción dentro del campus universitario cuando el docente toma en cuenta estas herramientas.

A nivel nacional y regional las diferentes instituciones de educación superior han venido integrando las nuevas tecnologías y los medios de comunicación a sus prácticas docentes, implementando redes Wi-fi, salas de sistemas, y utilizando módulos educativos virtuales. En unas se fortalece este proceso haciendo estudios del uso que se les da a esta nueva era digital donde evalúan el óptimo desempeño de las nuevas herramientas tecnológicas en los campos académicos, por su parte, otras universidades dejan este proceso olvidado y no le dan el orden a las herramientas que pueden ser utilizadas como nuevas metodologías educativas, ahora los

docentes se ven enfrentados a modificar la programación de sus clases para adaptar a ellas nuevas prácticas incorporando las TIC y los medios de comunicación.

Los módulos educativos virtuales se reconocen como procesos de enseñanza y aprendizaje que permiten a través de la red conocer contenidos y dar desarrollo a los mismos. Cuando se trabaja en educación virtual, los docentes deben tener un dominio apropiado del contexto pedagógico y comunicativo para la realización de un producto virtual, para así lograr dar alcance de las necesidades y expectativas educativas de un entorno virtual. Luego, las temáticas que se abordan en los módulos permiten enriquecer las prácticas de desarrollo para la construcción del campo cognitivo de los estudiantes, dando alcance desde diversos modelos y estrategias de aprendizaje.

La Universidad del Quindío, asumiendo los retos y desafíos que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, le plantea a la humanidad, considerando que las nuevas tecnologías se constituyen en poderosos instrumentos de información y de comunicación y pueden contribuir a favorecer el desarrollo, la extensión de la cultura y la plena educación.

De acuerdo con la definición de la Comisión Europea, las tecnologías de la información y las comunicaciones - TIC - son una amplia gama de servicios, aplicaciones y tecnologías, que utilizan diversos tipos de equipos y de programas informáticos, y que a menudo se transmiten a través de las redes de telecomunicaciones. Hoy en día se reconoce el impacto de estas tecnologías en la competitividad, su potenciales para apoyar su inserción en la economía globalizada e impulsar el desarrollo económico y social de los países.

Estos beneficios solo pueden convertirse en resultados concretos en la medida en que la sociedad se apropie de estas tecnologías y las haga parte de su desempeño cotidiano. Es decir, a través de usuarios preparados que utilicen las TIC se puede lograr una verdadera transformación económica y social. Un dominio amplio de ellas en el sector público y privado es una condición necesaria para reducir la pobreza, elevar la competitividad y alcanzar el tan ansiado desarrollo sostenible de los países.

El uso de estas tecnologías ha cambiado las costumbres sociales y la forma cómo interactúan las personas. Las TIC han mejorado las oportunidades de grandes grupos de población tradicionalmente excluidos, con lo cual, se ha aumentado la movilidad dentro de la sociedad. Estas tecnologías han producido además una revolución del aprendizaje, cambiando la forma de como las personas aprenden y el rol de los alumnos y de los maestros. También se ha hecho más claro que el período del aprendizaje no puede ser un proceso limitado en el tiempo sino que debe darse a lo largo de la vida.

De la sociedad industrial pasamos a la sociedad de la información, caracterizada por el avance masivo e intensivo de los ordenadores y de esta. Estamos pasando a las sociedades del conocimiento, caracterizadas por el avance masivo e intensivo de internet. El pecado es desconocer los rasgos característicos de cada cultura, de cada sociedad.

En las sociedades del conocimiento el interés ya no se centra en el aprendizaje de la cultura sino en la cultura del aprendizaje caracterizada, a su vez, por el aprendizaje permanente, el aprender a aprender, el aprendizaje a lo largo de la vida.

Estos cambios han traído aparejados, necesariamente, cambios en la manera de concebir lo que es aprender, enseñar, evaluar y desde luego, modificaciones en los procesos de diseño educativo, en los modelos pedagógicos y en la concepción de lo que es educar.

De las varias modalidades de educación que coexisten hoy día, es preciso 'entonces' aclarar lo que en la Universidad del Quindío se entiende por educación virtual, que es la modalidad que nos ocupa en el presente documento. El proyecto de formación de la Universidad del Quindío pretende anticipar una posible respuesta, definiéndose como una institución universitaria de enseñanza presencial, a distancia y no formal, que aprovecha las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen, tanto en lo que se refiere a la mediación de conte-

nidos (interactividades), como a la comunicación (interacciones), estudiante-profesor, estudiante-estudiante y estudiante-institución.

A través de la unidad de virtualización se crea un entorno o espacio de trabajo para la planificación, diseño, gestión y evaluación de los proyectos virtuales, por lo tanto su acción se centra en la coordinación y acompañamiento a los profesores de las asignaturas, para operacionalizar el plan de interacción e interactividades basados en los lineamientos pedagógicos, guiones, estándares, especificaciones, recursos establecidos, cronograma de producción de medios, programación de pruebas y validación de los cursos, confrontando la motivación del estudiante y potenciando las tutorías virtuales para optimizar la comunicación entre docente - estudiantes, estudiante - estudiante, estudiante - institución y contexto - institución. Cooperar con los otros profesores de las mismas asignaturas, para operacionalizar el plan de interacción e interactividades.

La red informática y el campus virtual constituyen el espacio de intercambio y de aprendizaje por excelencia para generar saberes y competencias, a través del cual se desarrolla la docencia, se promueve el deseo de saber y de formación del estudiante y se le hace partícipe de la institución mediante la integración y correlación del concepto, el contexto y los procedimientos.

Asumiendo el reto propuesto por el plan nacional de TIC a través de las políticas de su incorporación en la Universidad del Quindío, desde la Unidad de Virtualización se busca generar acciones para promover modelos sostenibles de innovación educativa basados en el uso y apropiación de las TIC en los ambientes de aprendizaje, para la renovación pedagógica y la competitividad de las personas. En el mismo sentido, asegurar la construcción de sentido del uso y la apropiación de las tic en las prácticas educativas, mejorando la eficiencia de los procesos de gestión de la información y la comunicación y aumentar la oferta de educación virtual a través del desarrollo de planes estratégicos para la integración de tic, la modernización de los sistemas de información, el desarrollo de contenidos digitales para uso pedagógico, la implementación de nuevas metodologías y la formación de docentes y tutores virtuales.

Desarrollo

El problema planteado en el presente proyecto se aborda desde la investigación cualitativa ya que lo que se busca es hacer un diagnóstico acerca de las posibilidades de implementar medios de comunicación y TIC dentro de los procesos académicos y los currículos docentes en las aulas de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes de la Universidad del Quindío. Del mismo modo se buscó analizar cuáles son las transformaciones que podrían presentarse en los procesos académicos cuando se implementan este tipo de herramientas.

A partir de esto se utilizó el método de estudio de caso. Inicialmente se realizó un diagnóstico enfocado a la integración de los medios de comunicación y las TIC dentro de los currículos académicos de los docentes de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes de la Universidad del Quindío

Muestra: 25 docentes de los diferentes programas de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes de la Universidad del Quindío.

A través del tiempo, las prácticas educativas se han venido modificando gracias a la inclusión de las tecnologías de la información y de la comunicación, y el comportamiento de los medios de comunicación dentro del aula de clase, donde se ha permitido a docentes y estudiantes integrar, socializar y transformar los contenidos que hacen parte de los espacios académicos. Ahora el docente se ve enfrentado al cambio de práctica y actitud misma dentro de la clase en relación con estas nuevas herramientas, analizando y evaluando el uso que los jóvenes le dan a los dispositivos móviles y las nuevas tecnologías, que se han convertido en acompañantes permanentes de los procesos académicos.

De acuerdo con esto y siguiendo las afirmaciones de algunos teóricos, surge la necesidad de educar y capacitar a los docentes en el manejo y dominio de nuevas herramientas y plataformas que les permitan un

dinamismo en cuanto a las actividades que se ejecutan dentro y fuera del espacio educativo; ahora bien, dicha educación también debe aplicarse a los estudiantes, pues si bien ellos están inmersos en este nuevo mundo tecnológico es necesario que tomen conciencia del uso correcto que deben darle al mismo, pues muchos de ellos como se ha dicho en repetidas ocasiones, utilizan las herramientas tecnológicas más para el ocio que para la parte educativa.

Al respecto Inés Dussel indica: "Dentro de los sistemas educativos de la región, contamos con más de dos décadas de múltiples y ricas experiencias en materia de introducción de TICs en los procesos de enseñanza-aprendizaje. La mayoría de las veces, los programas y proyectos vienen empujados por una fuerte presión social y económica para que se incluyan las nuevas tecnologías en la educación. El hecho de que la presión o motor fuera sobre todo externo a los sistemas educativos motivó, al menos inicialmente, que fueran pocos los planes de prospectiva que se plantearan una planificación a largo plazo de cambios en gran escala. Esto se debe, en gran parte, al ritmo acelerado de transformaciones, que impusieron el tema aun antes de que pudiera ser procesado en proyectos que anticiparan futuros desarrollos." (Dussel & Quevedo, 2010)

De acuerdo con esto, es importante preguntarse cómo se está viviendo la educación en esta nueva era digital y tecnológica, cómo ha sido la transformación que ha tenido la educación respecto a este tema, pues se observa que debido a la expansión de las nuevas tecnologías, surge un proceso de cambio tanto cultural como social y económico. Se hace indispensable analizar de qué manera están los docentes respondiendo a estos nuevos desafíos pedagógicos. A partir de dicha expansión surgen dos nuevos conceptos que se han adoptado para definir tanto a quienes hacen parte de la nueva era digital y son denominados "nativos digitales" como a aquellas personas que se ven en la necesidad de cambiar de acuerdo con las exigencias virtuales y que en este caso son denominadas "migrantes digitales" quienes no manejan los códigos que proponen estos nuevos medios.

Por lo anterior Pinzón asegura que: En lo directamente relacionado con la educación, es innegable que los dispositivos móviles, el acceso a banda ancha, la señal inalámbrica, entre otros, han revolucionado los sistemas de enseñanza – aprendizaje. De manera fluida o no, voluntaria o no, acertada o no, los docentes han tenido que mirar con menos desdén y temor los ambientes virtuales de aprendizaje para no sucumbir a una agresiva ola en cuya cresta nadan con evidente comodidad, seguridad y amabilidad los estudiantes. Esto sumado al necesario bilingüismo y lenguaje digital que han permeado las maneras de pensar, escribir, leer y hablar. (Pinzón, 2007)

Por otro lado, se reconoce que a nivel mundial existen algunos países más desarrollados que otros, en este caso hablando de las nuevas tecnologías y los medios de comunicación, se reconoce que en dichos países existe un cambio tanto a nivel cultural, como social y económico; pues con el surgimiento de la virtualidad, surge también la necesidad de cambiar las costumbres y los hábitos que tradicionalmente identifican a una cultura, sin dejar de lado que al hablar de una expansión digital tiene que haber de por medio una expansión económica.

En el caso de Colombia, se reconocen algunos logros como el acceso a internet, el manejo de correos electrónicos y el aprovechamiento de redes sociales, además de la socialización a través de blogs o módulos educativos. Sin embargo no ha sido notorio el avance en cuanto al modelo educativo a nivel nacional, pues se evidencia poco interés al momento de desarrollar espacios y contenidos que inviten a los ciudadanos a pensar de manera distinta y a adaptarse a estas nuevas herramientas que con el paso del tiempo cobran mayor fuerza. Hace falta una negociación de ideas y un nuevo surgimiento de proyectos que conlleven a la transformación en cuanto al uso de las herramientas digitales. Sin dejar de lado la amplia brecha existente entre alumnos y docentes, pues es evidente cómo los primeros van un paso más adelante que estos últimos.

Respecto a esto Lev Manovich asegura: "Cuando el docente llega al aula de clases se enfrenta a un nuevo mundo donde tendrá que modificar la práctica docente involucrando las herramientas tecnológicas que se suman como valor agregado, allí él deberá tener la capacidad de analizar el uso que el estudiante le dé a su

herramienta para evaluar en una escala que tan productivo puede ser que el joven se apropie de dichos aparatos" (Manovich, 2006)

Es aquí cuando vemos lo que ofrecen las universidades a los docentes y es lo que tiene que ver con la participación en capacitaciones, cursos y talleres enfocados al campo virtual. Sin embargo, se hace necesaria la participación activa por parte de los docentes en cuanto a estas oportunidades, pues si bien las herramientas y los espacios están disponibles, muchos docentes demuestran poco interés en el aprovechamiento de las mismas.

Como ocurre en la Universidad del Quindío, en la cual, existe una unidad de virtualización y otros espacios destinados a la capacitación y formación de los docentes en cuanto al entorno digital. Donde se evidencia la falta de interés o el mismo desconocimiento de dichos espacios, lo que se pudo confirmar al momento de la aplicación de la prueba piloto, cuando se realizaron las respectivas entrevistas a los docentes de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes.

Respecto a lo anterior, la autora Inés Dussel refuerza dicha afirmación indicando desde su teoría la creencia en el debate sobre las nuevas tecnologías y su impacto en el sistema educativo.

Debiera partir de la responsabilidad de las políticas públicas, de los sistemas educativos y de los adultos respecto de los usos y prácticas que se producen en torno a ellas. La noción de responsabilidad (tanto de las instituciones involucradas como de las personas comprometidas en ellas) no implica autoría completa y unívoca de las acciones ni voluntad de control de todo lo que sucede, lo cual no solo se ha vuelto imposible en el marco de formas de producción y circulación de los saberes. Estamos ante un territorio inestable, enredado y muchas veces difuso, donde los conocimientos y las formas de adquisición de saberes se han descentrado y provienen de múltiples fuentes, muchas de ellas fuera del control de la escuela o la familia, todo lo cual vuelve más complejo el rol de cada uno de los actores. (Dussel & Quevedo, 2010)

Por su parte, el autor J. Echeverría, (citado por Dussel & Quevedo, 2010) además de compartir las afirmaciones hechas por Dussel, hace un análisis en cuanto al tema con la siguiente pregunta:

¿Cuál es, entonces, el impacto que están teniendo estos nuevos medios digitales sobre los sistemas educativos y más específicamente sobre la escuela como institución encargada de la transmisión de la cultura letrada? Considerados desde la escuela, hay rasgos especiales en estos nuevos medios sobre los que vale la pena detenerse, no solo porque involucran nuevas relaciones de conocimiento sino porque proponen diferentes usos que pueden adaptarse a los fines de la escuela. Por ejemplo, algo sobre lo que se ha insistido es que los nuevos medios tienen como una de sus características el de ser tecnologías que permiten la autoría o la creación de los usuarios o receptores (en contraste con los medios tradicionales en los que el emisor tiene mayor peso). (pág, 18)

Si bien las herramientas existen y se encuentran en su mayoría a disposición tanto de los docentes como de los estudiantes, es necesaria una educación conjunta, que les permita a ambos sumergirse con plena confianza en esta nueva era tecnológica y de esta manera lograr una transformación positiva en cuanto a las prácticas educativas, pero se necesita un interés colectivo para el logro de esto.

Ahora bien, se reconoce que en otros tiempos los consumidores estaban acostumbrados a un diseño vertical, en el cual solo se limitaban a recibir el conocimiento que solo unos pocos poseían y les brindaban, sin embargo en esta nueva era digital y con el surgimiento de las TIC los consumidores abandonan su pasividad y se adentran en un espacio activo, dentro del cual se le brinda la posibilidad tanto de obtener conocimiento como de transformarlo y realizar aportes al mismo, haciendo conversiones que conllevan a la producción de nuevos conocimientos. Como lo afirma Jenkins, Henry: "El consumidor abandona su pasividad y se adentra, poco a poco, en el papel de productor, en una relación que Jenkins asocia a la convergencia, "donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles". (Jenkins, 2008, pág. 14)

Respecto a esto, se hace necesario el uso de herramientas dentro de las prácticas educativas, que faciliten la

difusión del conocimiento desde el docente hacia sus estudiantes, para de esta manera lograr que estos se conviertan en portadores del mensaje y logren hacer un paralelo entre lo que viven cotidianamente y las situaciones que puedan llegar a encontrarse a través de la red. Es aquí donde el papel del docente es indispensable, al permitir que las nuevas formas de interacción virtuales aporten a la cátedra dentro y fuera del aula de clase.

Como lo afirma Wenger Etienne en su teoría: El compromiso en la práctica social es el proceso fundamental por el cual aprendemos y nos convertimos en quienes somos. La unidad básica de análisis no es el individuo, ni las instituciones sociales, sino las «comunidades de práctica» informales que forman las personas en su intento de lograr una empresa conjunta con el tiempo. Con el fin de ofrecer una explicación social del aprendizaje, esta teoría explora de manera sistemática la intersección de cuestiones relacionadas con la comunidad, la práctica social, el significado y la identidad. El resultado es un amplio marco de referencia conceptual para concebir el aprendizaje como un proceso de participación social. Este marco de referencia, ambicioso pero totalmente accesible, tiene tanto interés para el profesional como para el teórico y se presenta con toda la amplitud, la profundidad y el rigor necesarios para abordar un tema tan complejo y, al mismo tiempo, tan profundamente humano. (Wenger, 2001)

La nueva era digital trae consigo miles de significados entre los que se destaca el hipertexto, el cual permite dentro del campo educativo conocer nuevos códigos que hacen parte del lenguaje virtual y que de alguna manera mejoran la agilidad para la comprensión del mismo. A través de los mensajes que incorporen dichos códigos se podrá entrar en un proceso de retroalimentación y dinamismo para ver los contenidos y analizarlos de manera diferente.

Según George Landow: "La versatilidad del hipertexto le posibilita cumplir con la función de tres figuras literarias: La sinécdoque, la metáfora y el asíndeton. El hipertexto tiene características de la sinécdoque porque es una parte, un fragmento de una estructura compleja, un solo hiperenlace da cuenta de la lógica de toda una estructura interconectada. Con respecto a la metáfora, un mismo hipertexto puede significar distinto, de acuerdo con la ruta de lectura seleccionada, es así como en Cibersuds el hiperenlace de un chico que aparece muerto en una bañera se relaciona con diez y siete personajes de diferentes maneras; la metáfora se manifiesta aquí porque la misma información se contextualiza para significar diferente en cada conexión. El hipertexto cumple su papel como asíndeton porque propicia una economía gramatical al conectar ideas rápidamente sin muchos rodeos. (Landow, 2009)

Siguiendo con estas mismas ideas, Cristóbal Cobo y John Moravec, autores del texto: Aprendizaje invisible: Hacia una nueva ecología de la educación; manifiestan en su escrito la necesidad de analizar la educación desde la actualidad, teniendo en cuenta las nuevas formas de aprendizaje que se dan por medio de las tecnologías de la información y de la comunicación y de los medios de comunicación. Es necesario preguntarse, ¿qué pasa con la educación cuando se traslada de una estructura estable y lineal en el siglo XX, a una en constante cambio como lo es la del siglo XXI? Es importante además entender de qué manera los docentes están usando las nuevas herramientas tecnológicas para impartir conocimientos y aprendizaje. (Cobo Romaní & Moravec, 1011)

Las TIC y los Medios de Comunicación, para Cobo y Moravec, así como para los demás autores mencionados con anterioridad, son las herramientas que abren mil posibilidades de combinar los saberes, disciplinas y puntos de vista entre los diferentes actores de la sociedad.

El aprendizaje invisible, es aquel que se da de manera permanente, casi podría decirse que sin restricción de tiempo ni espacio. En la actualidad es prácticamente imposible desvincular las TIC y los medios de comunicación, de los procesos educativos, sin embargo es importante saber cómo y dónde incluirlas para que se les dé el uso adecuado y de esta manera, sirvan como verdaderos cimientos para una educación de calidad.

Además de lo anterior, los autores señalan que las TIC y los medios de comunicación brindan posibilidades infinitas de adquirir conocimientos por medio del auto aprendizaje, el aprendizaje entre pares, la observación,

el aprendizaje colectivo, entre otros.

Actualmente, los modelos educativos no distan mucho de los modelos antiguos, pues piensan que al abolir las TIC y los medios de comunicación, están quitándose un problema de encima y podrán seguir educando como siempre sin ningún obstáculo. Si bien es cierto que dichas herramientas, crecen y avanzan a pasos agigantados y que es casi imposible alcanzar e igualar esa velocidad de crecimiento, es importante que entre la educación y la globalización exista un puente que permita implementar estas nuevas herramientas de manera eficaz y responsable, para de esta forma tratar de mantener un equilibrio y así mismo mejorar los niveles educativos de acuerdo con las exigencias del nuevo mundo.

En consonancia con los autores mencionados y con todo lo dicho anteriormente y teniendo en cuenta la prueba aplicada a algunos docentes de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes de la Universidad del Quindío, se reconoce la necesidad de implementar modelos educativos que incluyan prácticas virtuales y que permitan tanto a docentes como a estudiantes el manejo y la inmersión en la era digital sin dejar de lado el conocimiento.

Se hace además necesario la optimización de algunos recursos, pues como se pudo evidenciar en la aplicación del instrumento, algunos docentes ven en la Facultad la necesidad de mejorar sus redes tecnológicas, y a su vez la ampliación de espacios virtuales de aprendizaje, pues los mismos docentes reconocen que se han visto en la obligación de adquirir herramientas tecnológicas de manera independiente a la Institución, pero se resalta aún la necesidad de una educación en ambientes digitales que permitan a los docentes el pleno manejo y dominio de las herramientas. Esto sin dejar de lado las cátedras tradicionales que aún son de vital importancia en la transmisión de conocimiento.

Finalmente a través del panorama esbozado se podría decir que tanto la Universidad del Quindío, como los docentes y por su parte los estudiantes deben abordar ciertas responsabilidades que apunten hacia un mismo eje de transformación, donde se proporcionen mejores condiciones de manejo y dominio, creando una viabilidad y ampliación de contexto en cuanto a nuevas tecnologías y medios de comunicación se refiere.

Conclusiones

Después de hacer un recorrido por diferentes autores de las tecnologías de la información y de la comunicación y de los medios de comunicación y de conocer los diferentes conceptos de cada categoría llámese narrativa digital, hipertexto 3.0, transmediaciones o medios de comunicación, y habiéndose interactuado con los docentes participantes, se puede evidenciar que si bien se brinda la oportunidad a los profesores de capacitarse para hacer el uso adecuado de las nuevas herramientas tecnológicas y de los medios de comunicación, cabe decir que estos, no se apropian o se interesan por participar de estas actividades, que en últimas hacen parte de la formación profesional para que se les facilite el proceso de adaptación frente a la integración de la tecnología dentro del aula.

Por su parte, los jóvenes han venido viviendo dentro de su formación, ciertas modificaciones al momento de recibir una clase magistral, una de ellas y tal vez la más relevante corresponde a la articulación de las herramientas digitales dentro del aula de clase, y el manejo fluido de las redes sociales que si bien les ha permitido investigar, compartir información y explorar nuevos campos de aprendizaje, también los ha llevado a vivir espacios de ocio y entretenimiento. Es aquí donde ellos se pueden ver enfrentados al error de llevar al espacio académico los momentos de ocio, convirtiendo el conocimiento en algo banal y dejando a un lado las enseñanzas y aportes que pueden obtener de estos.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente se concluye que es evidente que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, están inmersas en la cotidianidad de las personas, conformando lo que se conoce como virtualidad o era digital. Pero no es suficiente hablar de estos dos conceptos, es necesario

además considerar el papel que juegan estas herramientas dentro de la formación profesional de los estudiantes, además del uso que los docentes dan a estos elementos para contribuir al desarrollo cognitivo de los alumnos.

Por ello se hace indispensable que los docentes se formen en una cultura digital y que aprendan a introducir y combinar en sus métodos de enseñanza, lo tradicional de la educación con la novedad que ofrece el mundo de las nuevas tecnologías y los medios de comunicación.

Sin embargo hay que tener en cuenta que es una labor conjunta y que los estudiantes también deben aportar a este desarrollo, pues serán quienes marquen la pauta para las futuras generaciones y de su aporte y manejo adecuado de estas nuevas herramientas depende el uso correcto y el máximo aprovechamiento de las mismas.

No es suficiente con tener los medios, es necesaria la combinación de la cultura y enseñanza tradicional y los nuevos métodos tecnológicos y pedagógicos. Será de esta manera como las nuevas tecnologías podrán incorporarse dentro de las prácticas de enseñanza sin necesidad de generar una brecha generacional o de conocimientos entre los docentes y los estudiantes.

Si bien, la Universidad del Quindío brinda espacios de aprendizaje sobre las nuevas herramientas tecnológicas, es necesario que los docentes se interesen por participar de los eventos, proyectos y capacitaciones que les brinda el campus, pues no basta con contar con los espacios sino que hace falta el interés por parte de estos para poder conformar un espacio de educación integral en el que tanto docentes como estudiantes, amplíen sus conocimientos, compartan información y se relacionen de una manera cómoda sin verse enfrentados a las brechas generacionales.

Sin embargo es importante también que la Universidad, se interese por motivar a los docentes a unirse a las capacitaciones y proyectos, así como también por esmerar a los estudiantes a formar parte de ese proceso y así conformar un trabajo conjunto. Pero también es indispensable que el Campus Universitario muestre interés por ampliar sus ofertas de enseñanza en el campo de las TIC y los Medios de Comunicación y que no se quede en un círculo cerrado con los elementos con los que ya cuenta, sino que por el contrario, busque cada día estar a la vanguardia de lo que ofrece la globalización, de esta manera se logrará un trabajo en equipo en el que estarán integrados tanto docentes como alumnos y el mismo Campus Universitario.

Aunque existe, y así queda evidenciado luego de los encuentros personales con un grupo de docentes del programa de Comunicación Social – Periodismo, una elevada tasa de penetración de la red social Facebook, entre los estudiantes y docentes y que hay además un bajo flujo de comunicación entre unos y otros por esta vía, el recurso es utilizado mayormente para transmitir información que poco o nada tiene que ver con los objetos de estudio de las asignaturas del programa.

Bibliografía

- Arrieta León, A. M. (2011). *Narrativa Digital: Concepto y Práctica*. Narratopedia, un caso de estudio. Manizales: Universidad De Caldas.
- Berenguer, X. (2007). *Historias por ordenador*. Obtenido de Universitat Pompeu Fabra. Barcelona: <http://www.upf.edu/pdi/dcom/xavierberenguer/textos/histor/narrc.htm>
- Cobo Romaní, C., & Moravec, J. W. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Dussel, E. (1999). *Postmodernidad y transmodernidad: Diálogos con la filosofía de Gianni Vattimo*. México: Universidad Iberoamericana, Golfo centro.
- Dussel, I., & Quevedo, L. A. (2010). *VI Foro Latinoamericano de Educación; Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*. República Argentina: Santillana,.
- Gil, C. (2002). *Estructuras no lineales en la narrativa (literatura y medios electrónicos)*. Monografía de Grado para optar al título de Magíster en Literatura. Bogotá: Universidad Javeriana.

- Jenkins, H. C. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Paidós Ibérica.
- Landow, G. P. (2009). *Hipertexto 3.0: la teoría crítica y los nuevos medios en una época de globalización*. España: Paidós.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Barcelona, España: Editorial Antrophos.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- Múnera, P. A. (2005). *El comunicador corporativo: entre la teoría y la práctica*. Medellín: Ed. Zuluaga.
- Pinzón, S. L. (2007). *Comunicación Lógica y Mass-Mediática*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Rodríguez, J. A. (2004). *Para el estudio y disfrute de las narraciones. Narratología*. Bogotá: Centro Universidad Abierta. Universidad Javeriana.
- Rodríguez, J. A. (s.f.). *Teoría, práctica y enseñanza del hipertexto de ficción: El relato digital*. Obtenido de Universidad Javeriana: http://www.javeriana.edu.co/relato_digital/index.htm
- Vouillamoz, N. (2000). *Literatura e Hipermedia. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*. (2 ed.). España: Paidós Ibérica.
- Wenger, E. (2001). *Comunidades de Práctica. Aprendizaje, significado e identidad*. (2 ed.). Barcelona: Paidós Ibérica.

Evolución del desarrollo mediático de Ecuador (2011-2015)

Aproximación a los límites legales del ejercicio periodístico

Dra. Ruth de Frutos

Coordinadora de la Cátedra Unesco de Comunicación de la Universidad de Málaga (España), dirigida por Bernardo Díaz Nosty y miembro del Observatorio de Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Universidad de Valladolid desde su fundación en 2011. Esta investigación pertenece al Trabajo Fin de Máster titulado "Desarrollo mediático de Ecuador: Análisis crítico de 2011 a 2015 a partir de la aplicación de los IDM de Unesco" del Máster Oficial de Cooperación Internacional y Políticas de Desarrollo realizado por la autora durante el curso académico 2014/2015 y con el que recibió un Premio Extraordinario de la Universidad de Málaga en 2016.

1. Introducción

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados por Naciones Unidas en septiembre de 2015 incorporaron en la Agenda 2030 la promoción de sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia a la ciudadanía sin restricción y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles. Para la consecución de este objetivo, la meta 16.10 afirma que se debe "garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con la legislación nacional y los acuerdos internacionales" (Naciones Unidas, 2015).

La presente investigación pretende profundizar en el desarrollo mediático de Ecuador al encontrarse en el centro del debate internacional por la modificación en sus políticas públicas desde la entrada en el gobierno del actual presidente, el economista Rafael Correa en 2007. La reforma constitucional de 2008 y su desarrollo normativo ampliaron los derechos y libertades reconocidos legalmente en el país. Sin embargo, su aplicación práctica ha sido ampliamente criticada por diversos colectivos que inicialmente apoyaban la labor del Gobierno de Ecuador, como el movimiento feminista; el ecologista, principalmente tras la causa del Yasuní o las comunidades indígenas, como se demostró en la huelga general del 13 de agosto de 2015.

En lo referente al ámbito mediático, Alianza País contempló en su programa de Gobierno 2013-2017, Gobernar para Profundizar el Cambio, la aprobación de una Ley de Comunicación, que evitase la concentración, consolidase los medios públicos como espacios de participación ciudadana y democratizase el espacio radioeléctrico (Alianza País 2006). Tras varios años de oposición de los partidos conservadores y los medios privados, el 25 de junio de 2013 se aprobó por la Asamblea Nacional de Ecuador la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), lo que generó una articulación del espacio mediático inédita. En los dos años de vigencia de dicha norma, el órgano de control denominado la Superintendencia de Comunicación (Supercom) ha sancionado a 198 medios, ha realizado 506 procesos y 313 resoluciones.

Por ende, resulta oportuno analizar el sistema mediático ecuatoriano tomando como referencia los instrumentos diseñados para tal efecto por Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2014, 2008, 2007). La organización internacional desarrolló una primera aproximación al mapeo de la situación de los medios de comunicación en el país andino en 2011 (Unesco-Quito, 2011), situándose a la vanguardia de este tipo de investigaciones en América Latina¹⁵², puesto que nunca antes se había realizado un esfuerzo metodológico por el examen mediático de un país de la región.

Este proceso coincidió con un momento de especial confrontación, precisamente derivado del debate de lo

152 Tras esta aplicación se desarrollaron en Bolivia, Brasil, Uruguay, Colombia o aplicaciones parciales como en Argentina (2014), donde se promovió un estudio de medios públicos.

que posteriormente se conformó como la LOC (2013). La aprobación de la norma y los recientes cuestionamientos al Gobierno de Ecuador desde instancias internacionales, como el grupo de relatores de las Naciones Unidas y de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) (2015, 17 de septiembre) o la Federación Internacional de Periodistas (FIP) (2015), hace necesaria una profunda revisión del desarrollo mediático de Ecuador en el periodo 2011-2015, con el objetivo de generar espacios de diálogo entre los distintos actores y consolidar una esfera pública plural que proteja los derechos y libertades de la ciudadanía que conforma la audiencia, pero también que genera contenidos, al igual que los medios públicos, privados y comunitarios.

1.1. Aproximación al concepto de desarrollo

Los profusos cambios en el ámbito político, económico y social de las últimas décadas han generado procesos de desarrollo que despiertan interés en toda la comunidad internacional. Uno de los ejemplos más llamativos de los últimos años es el acontecido en Ecuador. Por ello, la aproximación al concepto de desarrollo mediático en este contexto determinado parte necesariamente del análisis de la concepción de desarrollo, formulando como objetivo del mismo el establecimiento de una política –en este caso mediática– de mejora de la situación actual del país objeto de estudio.

La necesidad de observar cuál ha sido la evolución de Ecuador para comprender el devenir de los acontecimientos en el contexto actual, obliga a efectuar una evaluación socio-económica diacrónica, que permita observar la profunda modificación caracterizada por los diversos regímenes dictatoriales del s. XIX y XX, el paso a la estabilización a final del siglo pasado, coincidiendo con la formulación de políticas neoliberales y un último proceso, derivado de la llegada al poder del economista Rafael Correa en 2007. Precisamente ese año representa un punto de inflexión para la economía mundial, que generó diferentes escenarios en términos de crecimiento económico, reducción de la pobreza y afianzamiento de la estabilidad sociopolítica.

La asunción de una concepción multidimensional del desarrollo permite observar la complejidad del crecimiento económico en Ecuador en los últimos años y, paralelamente, analizar cómo se ha modificado la situación de desigualdad social en el país andino. Para llevar a cabo dicho examen, se ha tomado como referencia la relación de complementariedad entre la equidad en la distribución y el crecimiento económico, utilizando como marco teórico las teorías keynesianas, así como las explicaciones Myrdal (1968, 1970) o Prebisch.

El paso de una concepción del desarrollo eminentemente material, relacionada con las capacidades productivas, a otra en la que se analiza la capacidad de las personas y sus posibles acciones futuras, prestando especialmente atención al protagonismo de la ciudadanía y a otros aspectos, como los mediáticos, es imprescindible para comprender las últimas medidas aplicadas por el Gobierno de Ecuador y, en particular, las modificaciones en el escenario mediático ecuatoriano desde 2011 a 2015.

Tomando como referencia el enfoque axiológico de la Economía de la igualdad, se ha considerado que el acceso a recursos económicos en país andino ha ido acompañado de otros aspectos de dimensión social, que tienen que ver con los derechos de la comunicación, la salud, la educación, el empleo y el acceso de la mujer a ámbitos hasta el momento inaccesibles, debido a las desigualdades sociales derivadas de hegemonías machistas en la esfera pública y privada (Saenz, 2015; Butler, 2009).

En este sentido, el respeto a la libertad y la dignidad de las personas ha ido acompañado del desarrollo de un marco institucional caracterizado por profundas modificaciones mediante procesos de reconocimiento jurídico y político de derechos y libertades a poblaciones vulnerables, como pueden ser los pueblos indígenas. La máxima expresión de este desarrollo legislativo en materia comunicativa tiene que ver con la asunción de la cosmovisión indígena en la Ley Orgánica de Comunicación (2013).

Precisamente esta complejidad en la concepción, que huye de significantes vacíos, es sumamente interesante para ahondar en el concepto de desarrollo mediático, caracterizado por Unesco. Para la entidad internacional, los indicadores mediáticos:

Proporcionan una herramienta neutra y objetiva para analizar en un país todos los aspectos de la ecología mediática y así diagnosticar, de una manera rigurosa y lejos de polémicas, el estado de la comunicación en un determinado contexto nacional. Sin embargo, han de aplicarse teniendo en cuenta el contexto social, político, profesional y económico de cada país. (Unesco, 2008, p. 5)

La Comunicación posee un papel fundamental en el desarrollo humano, llegando incluso a denominarse desarrollo mediático a aquella parte del desarrollo que tiene que ver con los medios de comunicación y su papel como agente de cambio social (Unesco, 2012, 2008). Naciones Unidas (2015) promueve la idea de que la comunicación no se limita simplemente al suministro de la información, sino que implica la comprensión de las creencias y valores de las personas, así como de las normas sociales y culturales que las sustentan.

En la actualidad, procesos como la globalización, el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y la interrelación social entre las personas han generado cambios fundamentales en la vida económica, social y cultural de todos entornos, incluido el ecuatoriano.

1.2. Hipótesis, objetos y metodología de la investigación

Hipótesis

La presente investigación parte de la hipótesis principal de que la concepción social de los derechos a la comunicación en Ecuador, recogida en la Constitución de 2008 y desarrollada normativamente por la Ley Orgánica de Comunicación de 2013, amplía los derechos y libertades reconocidos a la ciudadanía ecuatoriana, planteando desafíos relacionados con la praxis de los poderes hegemónicos.

Relacionada con esta, se plantean las siguientes hipótesis secundarias (H2):

H2.1. El entorno mediático ecuatoriano se ha transformado entre 2011 y 2015 por múltiples razones, entre las que destacan la voluntad política y el desarrollo del marco normativo, generando procesos de redistribución y la democratización del ecosistema del país andino.

H2.2. Si bien se ha producido un desarrollo de la protección de grupos vulnerables, se observa una praxis que genera la invisibilización de los menores y una perpetuación de la imagen estereotipada de la mujer y del colectivo LGBTI.

H2.3. Las mediciones elaboradas por observatorios y organizaciones no gubernamentales internacionales penalizan la política pública en materia de comunicación del Gobierno de Rafael Correa.

Objetivos

Además de la verificación de las hipótesis del estudio, esta investigación pretende examinar el entorno mediático ecuatoriano entre 2011 y 2015. Durante estos cuatro años, la actividad de los medios de comunicación en el país andino ha pasado a estar regulada por la LOC (2013), desarrollo normativo del espíritu del Buen Vivir o *Sumak Kawsay*, tomado de la cosmovisión indígena, que le concede un matiz social y, por ende, lo relaciona con el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966).

Diseño metodológico

La literatura sobre indicadores mediáticos es reducida y parcial, puesto que la mayor parte de estudios se preocupan de instrumentos existentes que, a su vez, analizan un aspecto del entorno mediático, como puede ser la libertad de expresión, la transparencia o el género (Giannone & De Frutos 2016; De Frutos, 2014). Asimismo, la investigación explicativa sobre las mediciones de los sistemas mediáticos es aún incipiente y no se ha llegado a conclusiones definitivas.

Ante la ausencia de literatura previa sobre el objeto de estudio, es necesaria la aplicación de un diseño metodológico secuencial exploratorio, que sea capaz de evaluar la complejidad de la naturaleza del sistema mediático ecuatoriano de forma estructurada, por lo que se ha optado por la aplicación de herramientas

cuantitativas y cualitativas combinando métodos, filosofías y orientaciones de diversos diseños metodológicos (Creswell, 2014; Creswell & Plano Clark, 2011).

La complejidad de la realidad mediática ecuatoriana y de los instrumentos de medición de la misma ha obligado a realizar una primera fase de revisión documental de fuentes primarias y secundarias para asentar las bases de las fases metodológicas posteriores. En este sentido, se ha recurrido tanto a fuentes primarias, como el marco normativo de las políticas públicas de comunicación, libros, publicaciones e informes de todo tipo procedentes de organizaciones públicas, privadas y sin ánimo de lucro, tanto nacionales como internacionales, para poder llevar a cabo la segunda etapa de la investigación. Para ello, se ha desarrollado una recopilación de datos relacionados con la situación mediática, la libertad de expresión y de información en Ecuador, mediante una perspectiva histórica y descriptiva-explicativa, desde mayo de 2015 hasta aproximadamente agosto de 2015.

Tras la articulación de la profusa revisión documental para acercarnos al complejo contexto en el que trabajan los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios en Ecuador, se ha procedido a la aplicación de la categoría 1 de los Indicadores de Desarrollo Mediático que Unesco elaboró en 2008¹⁵³.

Para ello, se han observado los antecedentes en su aplicación, que llevó a la publicación del informe *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador 2011: Basado en la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la Unesco* (2011), así como se ha procedido al estudio de la correspondencia y material conjunto de CIESPAL y Unesco-Quito durante este periodo. La realización de una estancia de investigación en el centro latinoamericano y caribeño entre el 18 de julio y el 18 de septiembre de 2015 ha permitido investigar en el terreno los documentos que dieron lugar al informe de Unesco, así como conocer a informantes de suma relevancia en el campo mediático ecuatoriano, que fueron finalmente entrevistados en la tercera fase del estudio.

La aplicación de los IDM de Unesco en 2011 fue complementada por un análisis de la percepción de expertos que tenía profundas dificultades para ser reproducido cuatro años después por esta investigación, principalmente por motivos temporales y económicos. Por ende, la medición del sistema mediático ecuatoriano mediante los indicadores de la organización internacional fue completada por entrevistas en profundidad a informantes nacionales e internacionales de diversa naturaleza (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Personas entrevistadas en esta fase de la investigación

Nº	Nombre	País	Entidad	Cargo	Área temática
1	Orlando Pérez	Ecuador	<i>El Telégrafo</i>	Director del diario público nacional	Periodista en medio público
2	Pablo Escaldón	Ecuador	Medialab Quito	Director del Medialab Quito y profesor de la Universidad Católica del Ecuador	Periodista/TIC
3	Will Morales	Ecuador	Profesor Clasco	Profesor de Comunicación	Profesor/Comunicación
4	María Pessina	Ecuador	CIESPAL	Secretaria general de CIESPAL	Investigadora en Comunicación / Periodista
5	Paulina Mon-grovejo	Ecuador	Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom)	Miembro de CORDICOM	Institución pública nacional
6	Jesús Sanchís	Ecuador	Agencia EFE	Delegado de la Agencia EFE en Ecuador	Periodista

153 Asimismo, la subcategoría 1.1.3. "El público es consciente de su derecho a la libertad de expresión y lo ejerce; hay herramientas y entidades que garantizan la aplicación concreta de este derecho" o la 1.2.3. "El público es consciente de su derecho de acceder a la información oficial y lo ejerce" fueron analizadas por Unesco mediante un estudio de la percepción de la ciudadanía a través de una encuesta, que por motivos económicos no pudo reproducirse para la realización del presente estudio. Sin embargo, esta parte de la investigación fue completada mediante la percepción de expertos nacionales e internacionales con suficiente conocimiento del tema como para ser tenido en cuenta en este estudio.

7	Allen Panchara	Ecuador	Ecuavista	Director del programa Visión 360 y profesor universitario	Periodista en medio privado
---	----------------	---------	-----------	---	-----------------------------

En definitiva, el planteamiento metodológico multimétodo en varias fases despliega numerosos instrumentos y técnicas que permiten realizar un análisis pormenorizado suficiente para abordar la propuesta y obtener resultados que atiendan a los interrogantes planteados en las hipótesis, así como cumplir con los objetivos de la investigación sobre el desarrollo mediático en Ecuador de 2011 a 2015.

1.3. Ecuador: El entorno mediático en transición

Si bien el escenario mediático ecuatoriano comienza a conformarse en 1750, cuando los jesuitas empezaron a utilizar la primera imprenta en Ecuador, no fue hasta el siglo XIX cuando la prensa se consolidó mediante publicaciones diarias, como *El Telégrafo*, periódico de circulación nacional fundado en 1860 y los privados *El Comercio* (1906) y *El Universo* (1922). Según Unesco (2011: 14) actualmente existen 35 diarios locales, regionales o nacionales entre los que también destacan *La hora*, *Expreso de Guayaquil* y *Hoy*.

En el ámbito de la radio y teledifusión, según las estadísticas de la Superintendencia de Telecomunicaciones diciembre de 2010, existen 1.205 radioemisoras en onda corta, AM y FM, y 444 canales de televisión, que incluyen las estaciones matrices y repetidoras de señal abierta en VHF y UHF, tanto de propiedad privada como pública y comunitaria. Según la misma fuente, 83% de las televisiones son de propiedad privada, 17% de servicio público y 0% comunitaria. En cuanto a los radios, 89% son de naturaleza privada, 10,8% de servicio público y 0,2% comunitarias.

La llamada "revolución ciudadana" llegó al poder con la proclamación del nuevo presidente de la República en 2007. Ese mismo año, se crearon tres medios públicos que continúan activos en la actualidad, Ecuador TV; la Radio Pública del Ecuador y el diario *El Telégrafo* y se determinó la incautación de bienes de exbanqueros como consecuencia de la crisis de 1999, entre los que se encontraban varios medios de comunicación, lo que afectó al escenario mediático. Según la Comisión de Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión (2009), el escenario ecuatoriano previo a la Ley de Comunicación estaba fuertemente influenciado por ocho grupos mediáticos: Grupo Eljuri, Isaías, Vivanco, Egas, Avarado, Mantilla, Pérez y Martínez.

La aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) por parte de la Asamblea Nacional en 2013 fue el final de un proceso legislativo que dio lugar a un intenso debate tanto en sede parlamentaria como en la sociedad civil. Precisamente, la elaboración del informe titulado *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador 2011* (Unesco-Quito, 2011) por la organización internacional coincide con este proceso, por lo que Unesco consideró que la aplicación de los IDM al escenario ecuatoriano podría ser:

Una herramienta útil en los procesos de elaboración de leyes de comunicación, ya que permite analizar a priori si las formulaciones propuestas cumplen con los estándares internacionales en la materia. Es con este propósito que este estudio fue presentado formalmente al Presidente de la Asamblea Nacional del Ecuador (Unesco-Quito, 2011, p. 12).

La creación de una Ley de Comunicación se establece en septiembre de 2008, cuando se aprueba la Constitución de Montecristi y el mandato se repite en 2011. Un año después, se crea la Comisión Especializada de Comunicación para la elaboración de esta nueva legislación en el seno de la Asamblea Nacional, que somete a pleno de la Asamblea en enero de 2010 un primer borrador. La aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación se produjo en el segundo debate del borrador durante el primer mes de asamblea presidida por Gabriela Rivadeneira, el 25 de junio de 2013.

Tanto la modificación constitucional como la aprobación de la LOC supuso un el cambio estructural de la concepción tradicional de la libertad de expresión en Ecuador – contemplada tanto en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) como en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966)– al derecho a la comunicación, recogido principalmente en el segundo capítulo de derechos del Buen Vivir del Título II

de Derechos y en el título VII del régimen del Buen Vivir de la Constitución de la República del Ecuador (2008) y desarrollado normativamente en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) (2013) del país andino.

La concepción de dicho derecho en el imaginario del Buen Vivir o *Sumak Kawsay*, tomado de la cosmovisión indígena, le concede un matiz social y, por ende, lo relaciona con el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966) (Sáez, 2015), articulando mecanismos de protección que permiten realizar comunicaciones a las personas y a los grupos que sean víctimas de una violación por algún Estado Parte de sus DESC mediante el protocolo facultativo adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 2008, y firmado y ratificado por Ecuador en 2013.

Dos años después de su aprobación, distintos colectivos reclaman la conformación de un consejo ciudadano, la falta de consolidación de medios comunitarios, una mayor profesionalización del personal de los medios de comunicación. Tal es el caso del observatorio opositor Fundamedios, la organización no gubernamental Human Rights Watch o la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), quien instó el pasado 15 de junio de 2015 a la Asamblea General de la OEA a prestar atención a los “ataques contra la libertad de expresión cometidos por dicha normativa” (EFE, 15 de junio de 2015). Por su parte, el dirigente de la Superintendencia de la Información y Comunicación (Supercom), Carlos Ochoa, informó que en los dos años de aplicación de la LOC se ejecutaron un total de 506 procesos, sancionando a 198 medios de las 1144 empresas de comunicación del país.

2. Desarrollo

A continuación se presentan los resultados de la evolución del escenario mediático de Ecuador desde 2011 a 2015, tomando como referencia la primera categoría de los indicadores de desarrollo mediático de Unesco, “un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social” (Unesco, 2008). Esta primera categoría evalúa el marco jurídico y político del país andino, para entender la forma y los contenidos mediáticos.

Un país podría contar con leyes idóneas sobre la libertad de expresión y el derecho a la información, pero podría ser deficiente en su aplicación práctica. Podría limitarse su funcionamiento mediante una cultura del secreto o la corrupción, por la resistencia institucional, o por la falta de capacidad técnica e institucional de la administración pública (Unesco, 2008, p.11).

La organización internacional también advierte que las garantías constitucionales “podrán erosionarse mediante excepciones y derogaciones de las obligaciones de los tratados internacionales” (*ibídem*). El desarrollo legal de un armazón normativo sumamente garantista en el caso ecuatoriano durante los últimos años, impulsado principalmente por la LOC; contrasta con la utilización de excepciones, como la censura previa decretada por las autoridades ecuatorianas para gestionar el inicio de la actividad del volcán Cotapaxi (Decreto 755, Presidencia de la República del Ecuador), y con un fuerte papel del Estado en lo que se refiere a las sanciones administrativas hacia medios de comunicación y periodistas.

El entorno mediático ecuatoriano se ha transformado entre 2011 y 2015 por múltiples razones, entre las que destacan la voluntad política y el marco normativo, generando procesos de redistribución y la democratización del ecosistema del país andino que aún poseen grandes desafíos.

Entre las causas destacan la sostenibilidad y la competencia real entre medios públicos, privados y comunitarios a las que hacen referencia distintos informantes en las entrevistas en profundidad llevadas a cabo en la tercera fase de la investigación:

El problema real de los medios de comunicación social en el Ecuador es su sostenibilidad. Hay medios de comunicación que acumulan mucha publicidad y otros que no tienen nada. Creo que el concepto de distribución y equitativa de publicidad pública y privada es un desafío aún para el Ecuador en cuanto al desarrollo mediático.

La otra cuestión que me parece importante es plantear condiciones de competencia real entre medios de comunicación social en la publicidad pero también en el tratamiento de los contenidos. Competencia leal que permita equilibrar. Creo que un sistema de medición de rating más justo, que ya está aprobado por el Cordicom, tendría que implementarse en los próximos años para que los anunciantes de publicidad tengan mucha más información y mucho más precisa de quiénes son los canales de mayor rating nacional, regional o local. Ahora hay una asimetría muy fuerte en eso. (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015)

Para observar en qué ha cambiado el escenario mediático en cuanto a redistribución y democratización es necesario observar cuál es el papel que la legislación ha concedido a medios públicos, privados y comunitarios, así como de qué manera se ha materializado la división de la tarta de las radiofrecuencias en el país andino y la aproximación a la opinión de los expertos sobre democratización.

En este sentido, llama la atención que tanto en el análisis jurídico-politológico de la LOC (capítulo IV), como en la opinión de los especialistas se atribuyan consecuencias de diversa índole de este armazón legislativo a los derechos laborales de los periodistas, así como a la profesionalización de trabajadores de medios de toda índole.

Además, Ley Orgánica de Comunicación ha generado la protección del derecho a réplica y rectificación, así como a casos de difamación y censura previa. En este sentido, es especialmente relevante el decreto 755 sobre el proceso eruptivo del volcán Cotopaxi, que tuvo consecuencias diversas para los distintos informantes, destacando el caso del programa Visión 360 de la televisión privada líder de audiencia Ecuavisa "El despertar del Cotopaxi" que fue programado tras el estado de excepción, el 19 de octubre de 2015.

2.1. Marco político y jurídico

La libertad de expresión está garantizada por la Constitución de la República del Ecuador de 2008, que en su artículo 66.6 reconoce a "todas las personas el derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones".

Asimismo, el afán del legislador por reconocer a distintos actores hace que en el artículo 36 y en el 45 se vuelva a garantizar este derecho para niñas, niños, adolescentes y jóvenes, mientras que en el artículo 47 se hace referencia al acceso para personas con discapacidad de los medios de comunicación. La propia Unesco aludía a que "el principio de la no discriminación es primordial" (Unesco, 2008, p. 11), refiriéndose a que el derecho a la información debe aplicarse por igual a todos los sectores de la sociedad y todas las organizaciones mediáticas y no solo a ciertos grupos privilegiados. En este sentido, la articulación en diversas partes de la norma estaría en la línea de la sugerencia de la organización internacional.

El espíritu constitucional ecuatoriano es fuertemente garantista con respecto a la libertad de expresión, que vuelve a aparecer en el artículo 383, en el que se atribuye al Estado la formulación de una política pública de comunicación que sea regida por los principios constitucionales y por las leyes internacionales en materia de derechos humanos. Además, el artículo 383 afirma que: "el sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana".

Por su parte, la Convención Americana de Derechos Humanos (CADH) posee un marco de protección de la libertad de expresión más amplio que los instrumentos nacionales. Según el artículo 13 de la CADH, que se basa en el artículo 9 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, "toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección".

La ambigüedad de algunos aspectos de la norma nacional conlleva riesgos que ya fueron alertados en el informe de Unesco-Quito (2011: 22), en el que se hacía referencia a que "los alcances e interpretaciones que

en la práctica pueden hacer los órganos administrativos y judiciales acerca de las condiciones establecidas en artículo 18.1 de la Constitución abren la puerta a conflictos con las recomendaciones formuladas por el Sistema Interamericano de Derechos Humanos en relación a la libertad de expresión” y que no han sido corregidos con la LOC.

El artículo en cuestión de la Carta Magna nacional hace referencia a la censura previa, una forma de supresión radical de la posibilidad de expresar un pensamiento, determinando que “todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior” (Art. 18.1. Constitución ecuatoriana).

Precisamente la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos ya alertó en 2009 que la censura previa no debe limitar la libertad de expresión, según el artículo 13.2 de la CADH. Asimismo, Sergio García Ramírez y Alejandra Gonza (2007: 21), expusieron que el artículo 13.2 debe interpretarse de acuerdo con las disposiciones del 13.3, que es más explícito en prohibir las restricciones a la libertad de expresión por medio de “vías o medios indirectos [...] encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones”.

Durante el periodo 2011-2015 se ha producido un avance en el marco jurídico de libertad de expresión, recojiéndola en la Ley Orgánica de Comunicación de 2013, que hasta 2013 solo estaba garantizada por la Constitución y la Ley de Radiodifusión y Televisión (1975/1995). En septiembre de 2014, el Tribunal Constitucional del Ecuador negó las demandas de inconstitucionalidad de la LOC.

Si bien la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2014, p. 139) destacó que la norma “consagra los principios más importantes del ejercicio de la libertad de pensamiento y de expresión (...), [también] expresó su preocupación por las gravosas restricciones que la misma ley estableció a la hora de regular esos principios, lo que podrían hacerlos prácticamente inaplicables, impedir de forma severa el ejercicio del derecho a la libertad de expresión y generar un efecto intimidatorio incompatible con una sociedad democrática”.

El informe anual de la Relatoría Especial para la libertad de expresión 2014 da cuenta de que el marco regulatorio ecuatoriano de los medios de comunicación continúa presentando incompatibilidades con la Convención Americana en este sentido.

En particular, la LOC exige que toda la información difundida por medios de comunicación debe ser “verificada” y “precisa”, lo cual podría facilitar la censura y permitir que estos criterios imprecisos sean utilizados de manera poco clara. De hecho, la propia Relatoría Especial (2009: 433) recomendó a los Estados miembros la eliminación de cualquier calificativo que pueda implicar censura a la libertad de expresión, tales como las exigencias previas de veracidad, oportunidad e imparcialidad en la información.

Según el informe de la Relatoría Especial (2014, p. 142), el 4 de junio de 2014 la Supercom admitió a trámite la denuncia contra los diarios *El Universo*, *El Comercio*, *Hoy* y *La Hora* por presunta violación de la LOC referente a la prohibición de la censura previa contemplada en el artículo 18:

La denuncia habría sido presentada por Carlos Vera Quintana, coordinador del Observatorio de Comunicación y Derechos y Fundación Pensar Crítico, quien habría considerado que los diarios no dieron cobertura “suficiente” sobre la visita del presidente Rafael Correa a Chile en mayo. El denunciante habría considerado la omisión de información como un atentado a “la libertad de expresión y el servicio público que brinda a la sociedad”. El 5 de junio, la Supercom habría admitido a trámite una segunda denuncia contra el diario *La Hora* por no haber dado cobertura informativa de con “la calidad y profundidad que merecía” la visita del presidente Correa a Chile. Esta denuncia habría sido presentada por Carlos Zambrano Brandt en presunta violación a los artículos 18 y 22 de la LOC. El artículo 18 de la LOC establece, entre otros aspectos, que “la omisión deliberada y recurrente de la difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa”. El artículo 22 hace referencia al derecho a

recibir información de relevancia pública y veraz.

Por otra parte, la LOC prohíbe el "linchamiento público", concepto definido en la norma ecuatoriana como "la difusión de la información que (...) sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente (...) con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública".

Por último, conviene recordar que en todos los tratados internacionales la titularidad del derecho recae en todas las personas, lo que implica su universalidad sin discriminación alguna. Por ende, la LOC provoca un choque con la legislación internacional en tanto establece a los titulares, que deben "formar parte del sistema de comunicación social" (Art. 2 LOC).

2.2. Sistema para regular los medios audiovisuales

Los principios para la regulación de medios audiovisuales están recogidos en cinco declaraciones de Unesco sobre la Promoción de medios independientes y pluralistas, avaladas por las conferencias generales de la organización y otras instituciones internacionales como Artículo 19.

En primer lugar, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación aparece recogido en el artículo 47 de la Ley Orgánica de Comunicación como un "cuerpo colegiado con personalidad jurídica, autonomía funcional, administrativa y financiera, cuyo presidente ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de esta entidad" y contará con un consejo consultivo de carácter no vinculante.

Y en segundo lugar, la Superintendencia de Información y Comunicación (Supercom) es un organismo gubernamental regulatorio, creado por el artículo 55 de la LOC, "con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa; que cuenta con amplias atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación".

El 31 de enero de 2015 la Superintendencia sancionó al dibujante Xavier Bonilla, Bonill, por una viñeta donde presentaba a policías allanando el domicilio del exsindicalista petrolero y asesor legislativo Fernando Villavicencio. Asimismo, la Superintendencia sancionó a *El Universo*, medio en el que se había publicado la viñeta, al pago de 140.000 dólares.

2.3. Leyes sobre difamación y otras restricciones legales sobre periodistas

La llegada al poder del presidente Correa en 2007 dignificó el trabajo de los periodistas, en cuanto se reguló el sueldo mínimo que podían percibir. Hasta ese momento, la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista (1975) establecía la obligatoriedad de la titulación académica y la afiliación a un colegio profesional de los profesionales de la información, lo cual, según el informe de Unesco-Quito (2011), suponía una "limitación al ejercicio del derecho a la libertad de expresión e información y a otros derechos de la comunicación establecidos en la Constitución del Ecuador".

Estas disposiciones legislativas en relación a quiénes podían ejercer el periodismo no se regían por los principios de sociedades democráticas, sino que se consideraban una limitación al ejercicio de la libertad de expresión que no ha sido corregido en la actualidad.

De hecho, la propia LOC restringe en su sección III algunos derechos a aquellas personas que participen con cargos en medios de comunicación audiovisual, lo que genera restricciones jurídicas innecesarias sobre la libertad de expresión y el acceso a la información activo y pasivo.

Según la ONG Human Right Watch en su informe de 2015: "El gobierno del Presidente Rafael Correa ha ampliado el control estatal sobre los medios de comunicación y la sociedad civil. Las tácticas aplicadas en 2014 incluyen procesos penales por difamación y sanciones administrativas contra periodistas y medios de comunicación críticos, así como intentos agresivos de desacreditar a defensores de derechos humanos en el país".

2.4. Censura

La Constitución de la República del Ecuador prohíbe en su artículo 18 la censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. Asimismo, “durante el estado de excepción Presidenta o Presidente de la República únicamente podrá suspender o limitar el ejercicio del derecho a la inviolabilidad de domicilio, inviolabilidad de correspondencia, libertad de tránsito, libertad de asociación y reunión, y libertad de información, en los términos que señala la Constitución” (Art. 165). En este sentido, el punto 4 de este artículo hace referencia explícita a que se podrá “disponer censura previa en la información de los medios de comunicación social con estricta relación a los motivos del estado de excepción y a la seguridad del Estado”.

Si bien en la Carta Magna se hace referencia a responsabilidades ulteriores, ya en el informe de Unesco-Quito (2011) se alertaba de que ni la Constitución ecuatoriana ni su desarrollo legislativo en esta materia establecían los límites en el sentido expresado en los estándares interamericanos y, en particular, en el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

Siguiendo el espíritu constitucional, la Ley Orgánica de Comunicación de 2013 prohíbe la censura previa, cuya definición incluye el deber de los medios privados de difundir temas que el gobierno considere de “interés público”.

Por tanto, como se ha expuesto en el anterior apartado, existe una distancia entre el espíritu de la ley y la aplicación, por ejemplo, del decreto 755, sobre proceso eruptivo del volcán Cotopaxi que tuvo lugar en agosto de 2015.

2.5. Derechos laborales de los profesionales de la información

En gran parte de las entrevistas se ha hecho referencia explícita al indicador 1.6. “El Estado no coloca restricciones jurídicas innecesarias sobre los medios de comunicación social” de los IDM de Unesco (2008) y, en particular, sobre el suindicador que hacía referencia a si existían disposiciones legislativas que dicten quiénes pueden ejercer el periodismo o requerimientos para que los periodistas tengan licencia o registro.

Cordicom promueve el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación que plantea que las actividades periodísticas permanentes, no todas las actividades periodísticas y no todos los contenidos periodísticos, sean realizados por profesionales, es decir, que un noticiero de más de dos horas o de la mañana, la tarde y la noche que esté realizado por el mismo profesional por supuesto que va a tener que contar con un título de periodista.

Igual en el trabajo de reportería. Obviamente lo que se pide es que una persona que trabaja como reportero en un medio de comunicación social pueda o tenga el título profesional. (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015)

En este sentido, el director de *El Telégrafo* se mostró muy crítico con la lucha por los derechos laborales de organizaciones gremiales en Ecuador:

Ya no es una cuestión del jefe del medio o una lucha de los organismos gremiales (los organismos gremiales tradicionales no han hecho absolutamente nada). En general los comunicadores, los periodistas, los técnicos, fotógrafos... tienen ahora unas garantías de un trabajo que les permite que cuando sus derechos se vean vulnerados puedan acudir a la Ley de Comunicación y que se les haga efectivo.

Al mismo tiempo ha generado procesos de profesionalización, de titularización de personas que hacen funciones sin necesidad de título y por lo tanto pueden ser maltratadas laboralmente. Eso es lo básico.

Yo creo que eso ha rebasado a la lucha que supuestamente se planteaba en los gremios de periodistas que no hacían. La Unión Nacional de Periodistas (UNP), que surge como la representación nacional aunque no lo es,

sobre esos temas ha estado más bien callada, no ha hecho absolutamente nada. La Ley sobrepasó lo que estaban haciendo los sindicatos de periodistas. (Orlando Pérez, Entrevista Personal N°1. Noviembre de 2015)

Por su parte, el director del Medialab Quito asevera que esta novedad en el sistema regulador ecuatoriano ha cambiado el oficio periodístico, si bien no es necesario tener una licencia para ejercer, es obligatorio un título o certificación de una institución educativa determinada. Ello ha generado una burbuja profesional en busca de certificaciones:

Es que no es burbuja académica, es burbuja profesional. Se certifica que tengas una profesión pero no que haces investigación, etc. No se impulsa que existan tecnicaturas o títulos tecnológicos para camarógrafos, iluministas, gente que hace audiovisuales pero que no necesita necesariamente en una licenciatura que después de acceso al posgrado.

Pero es un tema mucho más de país. Aquí existe un boom de obtener la licenciatura para pasar a la maestría sea lo que sea. (Pablo Escaldón, Entrevista Personal N°2. Noviembre de 2015)

Sin embargo, desde Cordicom se exponen las bondades de que una oferta académica determinada pueda ser reconocida ya que, según los datos oficiales, el 61% de personas que trabajan en medios no poseen título profesional.

Para resolver la cuestión de las buenas prácticas, de la ética y de la responsabilidad social, pero también los derechos laborales de quienes hacen trabajos permanentes y a veces son pagados o han sido remunerados como auxiliares de oficina, que es lo que pasa, no necesariamente en los canales regionales, sino en los canales regionales y locales, donde sí hay una precarización laboral.

Creo que ese es el espíritu de la Ley de Comunicación en cuanto a las actividades periodísticas, donde se exige un título profesional solamente cuando la actividad es permanente para que no haya precarización. (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015)

También desde el ámbito laboral privado se observa como algo positivo el requisito de la profesionalización de los periodistas, aunque con matices.

En realidad, voy a estar de acuerdo con esto porque de hecho yo tengo un equipo de 20 personas y todos, lo que mínimo tienen, es el título. Todos tienen maestría o el posgrado. ¿Me explico?

Yo creo en la profesionalización no porque lo diga una ley. Es como si digo "hay una ley para los arquitectos, así voy a hacer los edificios". Es ridículo. Hay unos principios deontológicos y yo trabajo en Ecuavisa porque sé cuál es la línea editorial de Ecuavisa pero no me vengas tú a decir qué es lo que yo debo hacer. Me parece una exageración. (Allen Panchana, Entrevista Personal N°7. Noviembre de 2015)

La secretaria general de CIESPAL, quien fue la jefa de redacción más joven de un medio privado, alude a que la profesionalización ha generado un cuestionamiento grave de la LOC:

En realidad hay una falencia terrible que, yo creo, es lo que ha desgastado a la ley con respecto a la opinión pública y con respecto a los actores que iban a verse favorecidos con respecto a esta política pública y es que la ley, primero, hay un cuestionamiento grave sobre lo que es la profesionalización. La ley exige que los periodistas sean profesionales de la comunicación. Ahí hay ahorita una especie de peregrinaje con respecto a algunos profesionales buscando certificaciones para poder ejercer el periodismo. Yo creo que eso viola el principio de derechos humanos que es la libertad del trabajo, ¿no? Eso ha sido muy cuestionado. (Maria Pessina, Entrevista Personal N°4. Noviembre de 2015)

Al preguntar explícitamente por la necesidad del título profesional en el sector comunitario, Paulina Mongrovejo responde que:

Para pueblos y nacionalidades no. Para los otros ciudadanos, ciudadanas y organizaciones sociales que recién comienzan a hacer comunicación comunitaria (igual que en el privado) solamente cuando son actividades periódicas de carácter permanente. (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015)

Entre las novedades que trajo la Ley Orgánica de Comunicación muchos de los informantes han planteado el derecho a réplica y rectificación, así como la protección frente a casos de difamación y censura previa.

Cuando se habla ahora de la democratización se habla de las réplicas que pueden ejercer los actores que son vulnerados, que sacan una noticia que no es correctamente formada o no se hayan consultado las fuentes. Puede ser rectificación, réplica, etc. sobre eso. Ahí se ha conquistado un espacio que antes no era utilizado. Los medios eran un poder hegemónico que todo lo que ellos decían era la verdad y no se contrataba la información. No se trabajaba de manera ética. Ahora puedes cuestionar al medio de comunicación y esto favorece los diferentes criterios y puntos de vista sobre la misma noticia. (Maria Pessina, Entrevista Personal N°4. Noviembre de 2015)

El derecho a la réplica, por ejemplo, no se contemplaba anteriormente. Jamás. Ya debía haber sido un señor banquero muy importante, un político con gran peso o una autoridad para que acepten la carta y acepten el derecho a réplica pero así por norma, como una exigencia legal, normativa, creo que no había y ha sido una novedad importante. (Orlando Pérez, Entrevista Personal N°1. Noviembre de 2015) *El Telégrafo* en particular rescindió el contrato a una de sus columnistas, lo cual fue tachado por la periodista Mónica Mansero como censura previa y desmentido por el director del medio en la entrevista llevada a cabo en noviembre de 2015:

Lo de la editorialista en concreto significó, a diferencia de lo que pasa en otros medios, un reconocimiento público de que tenemos unas normas claras y que hay que cumplirlas. Mónica Mansero escribía más de los 3000 caracteres permitidos y ya se le había avisado de que debía respetar esta norma porque el formato no nos daba. En otros casos no hemos publicado por la misma razón y jamás se generó un escándalo de esta naturaleza (...).

Ella se victimizó, creyó que la juzgábamos por el artículo y yo reafirmo 10.000 veces que no leí el artículo que no salió. Yo dije: "yo no quiero leer para no saber eso". Si es que no cumplió con las normas, que no se publique hasta que no modifique el tamaño. De todas formas, yo hice una réplica que se publicó y ahí está. Ella hizo de eso un escándalo, por supuesto los demás acogieron eso, me señalaron como un censor, hicieron todo lo que quisieron y a la larga ahí está. (Orlando Pérez, Entrevista Personal N°1. Noviembre de 2015)

Otro de los casos que fue duramente criticado fue la censura previa derivada del decreto 755 sobre la posible erupción del volcán Cotopaxi. Frente a ella, algunos profesionales de la información muestran su completo apoyo a la decisión del Gobierno de Ecuador que, según ellos, limitó la rutina diaria de los medios de comunicación:

Una emisora de la ciudad del Latacunga, que no me acuerdo ahora el nombre. Y claro, ese sábado se decretó el estado de excepción para que solamente por ese hecho se difundiera la información de carácter oficial de modo que se garantizara la seguridad, la tranquilidad y, de hecho, si es que ocurriese una explosión fuese de toda la información oficial y no alarmar innecesariamente.

Por todo lo que ocurrió está probado que no pasó absolutamente nada, que no paró la información que no se pudo restringir que la gente hablara de ese tema. Lo que no se aceptó, y creo que es válido en situaciones graves y con riesgo de catástrofe, es que la información más delicada y sensible fuese por iniciativa del medio, bajo su supuesta investigación. De hecho, han pasado meses y el volcán no estalló ni nada por el estilo, pero también se garantizó que la gente tuviese información fundamental. Lo que pasa es que, evidentemente, es un escándalo para los medios privados porque se les restringe su posibilidad de informar lo que les dé la gana y eso ya ralla lo absurdo porque nadie pueda publicar lo que no está comprobado. Nadie puede causar el pánico y que no pase nada, que es lo que pasó con esta emisora y es más, el Gobierno estaba haciendo eso porque iba a explotar y no estaban dadas las condiciones para garantizar la seguridad por lo que no querían llevar la responsabilidad. Han

pasado meses y no ha pasado nada. También hay un frenesí bien fuerte de ciertos medios al ver que la libertad de expresión es decir lo que les dé la gana sin consecuencias. (Orlando Pérez, Entrevista Personal N°1. Noviembre de 2015)

Por ejemplo, ahora está el caso del volcán Cotopaxi que hubo tremendo lío. Yo veo que se aplica en casos necesarios. No veo que haya habido un abuso de eso por parte del Estado. Yo particularmente. Quizás hay casos que pasan y han sido exagerados pero los que yo conozco creo que han sido necesarios. Si tú abres un espacio de información sobre el volcán Cotopaxi seguramente hubiésemos tenido muchísima especulación, información de cualquier tipo, de expertos y semiexpertos que decían que estaba a punto de reventar. ¡Si tan solo con la información que teníamos y que daba el Instituto Geográfico ya se especuló bastante y se generaron noticias de distintas fuentes sobre la situación! Mil cosas. Si no hubiese habido censura previa creo que hubiésemos tenido otro escenario informativo. Creo que era necesario porque los medios ecuatorianos siempre han tenido el problema de que utilizaban las fuentes que les daba la gana, por lo tanto, la información que se generaba debía ser cuidada. (María Pessina, Entrevista Personal N°4. Noviembre de 2015)

Otros periodistas, como el delegado de la Agencia EFE en Ecuador, Jesús Sanchís, no vieron modificada su rutina diaria por el caso del Decreto 755:

Entonces, como somos un medio que tenemos costumbre de manejar mucha información oficial, para nosotros no ha supuesto mayor problema. Hemos seguido muy bien toda esta información, que nos llegaba a través de instituciones como el Ministerio Coordinador de Seguridad y de los boletines (aquí llaman boletines a lo que en España llamamos comunicados o notas de prensa y demás) que iban emitiendo cada día, y con eso hemos podido dar un seguimiento muy fiel a la información que se daba desde las instituciones oficiales sobre el seguimiento del volcán Cotopaxi. (Jesús Sanchís, Entrevista Personal N°6. Noviembre de 2015)

Por último, el periodista Allan Pachancha, director del programa de reportajes en profundidad Visión 360 de Ecuavisa vio censurado el programa "El despertar del Volcán" por el decreto 755:

Mira, este programa se terminó un jueves, el decreto salió el sábado y el programa salía el domingo. Y estaba promocionado y todo. Había que mandar los vídeos y dijeron que no valía la pena nuestro programa, que estaba censurado. Fue insultante.

(...) Si tu vives en los alrededores del volcán, te voy a entrevistar y dices: "Tengo miedo, no me han dicho cómo evacuar", yo no puedo poner tu declaración, porque no es información oficial. Es una estupidez. (Allen Pachancha, Entrevista Personal N°7. Noviembre de 2015)

Al preguntar si el periodista creía que el hecho de decretar la censura previa en todo el país tuvo también que ver con las manifestaciones contra el Gobierno ecuatoriano que se estaban desarrollando en ese momento, el periodista se muestra completamente de acuerdo.

Pero totalmente. Pero totalmente. Tuvo que ver con el tema de las movilizaciones en una zona que se llama Colona Santiago y los shuar se habían sublevado allí de manera impresionante. Entonces, vieron una manera de controlar.

Era la primera vez, además que el Gobierno tenía tanta gente en contra tras nueve años. Osea, había que frenarlo. Era una cosa muy delicada, tanto, que no renovaron el estado de excepción. Si fuese tan importante lo hubieran renovado como lo permiten los artículos 1.64 y 1.65 de la Constitución y no lo hicieron.

Se cargaron mi programa. Pero claro, al final del estado de excepción lo sacamos tal cual, igualito. Puedes buscarlo en YouTube. El tercer reportaje es del periodista que explica la censura, ¿ya? (Allen Pachancha, Entrevista Personal N°7. Noviembre de 2015)

2.6. La protección de grupos vulnerables

La Ley Orgánica de Comunicación, al igual que otros desarrollos de la Carta Magna ecuatoriana protege a grupos vulnerables y fomenta el principio de plurinacionalidad e interculturalidad en el caso de pueblos y nacionalidades (Art. 14 LOC), el principio de interés superior de niños, niñas y adolescentes (artículo 15 LOC) o la preocupación por la composición laboral de los medios de carácter nacional (Art. 43 LOC).

2.6.1 Niños y niñas

La Convención de los Derechos del Niño, adoptada por la Asamblea General de Naciones Unidas el 20 de noviembre de 1989, y sus protocolos facultativos reconocen el derecho de estas personas a la libertad de pensamiento, expresión, organización y movilización, de acuerdo a su edad y madurez. Este tratado internacional es de especial importancia puesto que convierte a los niños, niñas y adolescentes en sujetos de derechos y a las personas adultas en sujetos de responsabilidades.

Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la generación de opinión pública crítica y el desarrollo de los pueblos. La difusión de información a la ciudadanía permite a esta última construir una imagen de la realidad que condiciona su actuación en la sociedad y que, por ende, puede llegar a colectivizar discursos críticos o generar manipulaciones, malas interpretaciones o faltas a la verdad que fomentan estereotipos y prejuicios hacia distintos colectivos, entre los que se pueden encontrar los niños, niñas y adolescentes.

En este sentido, los contenidos mediáticos que tienen que ver con la infancia se convierten en información especialmente sensible, al igual que los cauces en los que estos sujetos pueden comunicarse y participar activamente en su comunidad. Estas ágoras son centros de debate sobre temas como la sanidad, la inmigración o la educación que, en muchos casos, vienen determinados por los actores pasivos o activos de las piezas periodísticas. Tomando como referencia estas propuestas, es esencial analizar cuál es el rol que juega la infancia en los medios de comunicación y, específicamente, teniendo en cuenta la vertiginosa transformación de los ecosistemas mediáticos.

La Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador ha establecido en su artículo 16 el principio de interés superior de niños, niñas y adolescentes.

Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia. (Art. 17 LOC)

Desarrollando este principio, se han establecido unas franjas horarias de protección del horario infantil, mientras que el Cordicom ha establecido las líneas y los parámetros para la consecución, en este sentido, Paulina Mongrovejo destaca la posibilidad de introducir estas variables para la consecución de licencias:

Otra cosa importante para los niños, niñas y adolescentes ha sido la posibilidad que desde los proyectos comunicaciones, que son uno de los requisitos para tener o concursar por una frecuencia de radio, tengan la necesidad de audiencias. En el Ecuador no hay ningún tipo de oferta mediática dirigida a audiencias infantiles y las que están dirigidas a ellos de alguna manera son contenidos violentos y discriminatorios.

En esa línea, nosotros pensamos que mediante la Ley de Comunicación los medios deben pensar en audiencias infantiles si quieren tener una frecuencia, teniendo en cuenta el reglamento de franjas horarias para que los contenidos violentos no sean vistos en el prime time ni tampoco en la franja horaria familiar. El prime time es entre las seis y las diez de la noche y debe ser intensificada la corresponsabilidad parental y los padres y madres

de familia se deben hacer responsables de los contenidos que ven sus hijos e hijas, garantizando los derechos y los contenidos. Los medios de comunicación no les dejan todo a los padres, sino que también tiene que cumplir con ciertos derechos y obligaciones (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015) La secretaria general de CIESPAL cree que existe un retraso con respecto a los contenidos infantiles:

En particular, se ha hecho un canal llamado EducaTV que es un canal educativo, que tiene programación infantil que está bastante bien pero la audiencia crea una tensión entre lo que se consume y lo que se ofrece. Ha habido un espacio de la política pública para generar contenidos para niños, jóvenes y adolescentes en el ámbito cultural y educativo pero no se consume. Nadie quiere que ver EducaTV. (Maria Pessina, Entrevista Personal N°4. Noviembre de 2015) Con respecto a EducaTV se preguntó específicamente a la miembro de Cordicom sobre la no correspondencia entre la voluntad política y el respaldo de las audiencias a nivel nacional:

Pese a todos los pronósticos y a la creencia general de que son contenidos aburridos, nosotros hemos encontrado que el problema está en la estrategia de programación.

EducaTV se difunde a nivel nacional en todas las parrillas de programación a las dos de la tarde o a las cuatro de la tarde. Entonces se crea una televisión homogénea. Si tú ves algo, y lo ves, y lo ves, y lo ves y no tiene que ver con la línea editorial del propio medio de comunicación social, ni en el propio horario que le conviene al medio perjudica la audiencia.

Y luego no aparece en todos los canales, por lo que tiene que ver con la propia competencia de la televisión pagada y del propio internet, que tienen una oferta distinta. Por ello, si tienes lo mismo en todos los medios de comunicación, terminas yendo a otras ofertas que gustan más a tu consumo. (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015)

Por último, el principio de protección de niños, niñas y adolescentes es criticado, como el de transparencia (Art. 16 LOC) u otros por algunos periodistas, sobre todo de medios privados, que ven una ausencia de voluntad editorial del medio por tratar estos temas, lo que se traduce en una mera reproducción de contenidos impuestos dirigidos a determinados públicos.

Creo, y esto es una parte supercrítica de mi pensamiento, que los medios cumplen pero no hay una verdadera voluntad. No hay un verdadero compromiso de dar un contenido para el pueblo shuar, para que el pueblo shuar salga adelante porque la ley te permite zafar. (Allen Panchana, Entrevista Personal N°7. Noviembre de 2015)

2.6.2. Mujeres y colectivo LGBTI

La situación mundial actual ha generado numerosas incertidumbres en los sistemas democráticos tradicionales, si bien está influyendo aún más negativamente en regiones empobrecidas. Como afirma Díaz Nosty (2009: 99) en la vida cotidiana se acentúan "las contradicciones de un modelo de sociedad basado en la primacía de los intereses del sistema productivo dominante, cuyas extensiones mediático-culturales no favorecen necesariamente la creación de una conciencia crítica y el consenso en la adopción de medidas tendentes a la sostenibilidad del planeta". La fortaleza de las sociedades actuales tiene que ver con la participación de todos los ciudadanos de forma igualitaria y equitativa.

Sin embargo, la desigualdad de las relaciones de poder entre ambos ha colocado a las mujeres en una situación de desventaja y subordinación. Es ineludible, por tanto, enfatizar en la necesidad de trabajar por la eliminación de las discriminaciones y, por ello, abordar específicamente el trabajo de tutela y promoción de los Derechos Humanos de aquellas personas que sufren discriminación por razón de sexo, orientación afectivo-sexual o identidad de género.

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) promueve la equidad de hombres y mujeres través de la transversalización de la perspectiva de género, proceso que conlleva "valorar las implicaciones que tiene

para los hombres y las mujeres cualquier acción que se planifique, ya sea que se trate de legislación, políticas o programas, en todas las áreas y en todos los niveles. Es una estrategia para conseguir que las preocupaciones y experiencias de las mujeres, al igual que las de los hombres, sean parte integrante en la elaboración, puesta en marcha, control y evaluación de las políticas y de los programas en todas las esferas políticas, económicas y sociales, de manera que estos puedan beneficiarse de ellos igualmente y no se perpetúe la desigualdad". (Definición adoptada por el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, ECOSOC, 1997).

En 1995, el PNUD diseñó dos indicadores para evaluar la igualdad entre hombres y mujeres¹⁵⁴, dentro de su Informe de Desarrollo Humano (IDH)¹⁵⁵. Casi dos décadas después, numerosas organizaciones internacionales, regionales y nacionales han desarrollado su propio sistema de indicadores con el fin de evaluar la situación de la mujer en distintos entornos.

De hecho, "promover la igualdad entre sexos y el empoderamiento de la mujer" era el tercer objetivo de los Objetivos de Desarrollo del Milenio promovidos por el PNUD para su cumplimiento antes del 2015. La igualdad de género es, por tanto, un pilar básico en todo Estado social y democrático de Derecho. Se convierte en una máxima del sistema la eliminación de obstáculos entre hombres y mujeres en todos los poderes del Estado, incluido el cuarto. Los medios de comunicación no sólo se convierten en altavoces de mensajes democráticos basados en principios de igualdad, transparencia, respeto o tolerancia sino que también son el reflejo de la sociedad.

El periodismo y los medios se enfrentan múltiples desafíos en un mundo rápidamente cambiante donde medios nuevos y tradicionales están convergiendo con consecuencias impredecibles. En este sentido, "integrar la rendición de cuentas por los medios a la lucha de género e igualdad de género" debe ser un impulso para afrontar los nuevos paradigmas sociales (GMMP, 2010: v; Nosty, 2011: 82 y ss.). La mujer ha sido tradicionalmente invisibilizada en los medios de comunicación social ecuatoriana y relegada a espacios de *soft news*. Por ello, la propia LOC atiende a la composición nacional de los medios de carácter nacional:

Los medios de comunicación social de carácter nacional conformarán su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional. (Art. 43 LOC)

Según un reciente estudio de Cordicom, la mitad de las denuncias sobre contenido discriminatorio en los medios de comunicación social tienen que ver con mujeres (Cordicom 2015).

Sí, efectivamente. Y mira que hemos (Cordicom) realizado informes y publicaciones sobre discriminación y nos dimos cuenta de que de diez casos en discriminación en medios de comunicación en el país, cinco son sobre mujeres, sobre el tratamiento sexista de contenidos informativos, de opinión y de entretenimiento. Los otros son sobre pueblos y nacionalidades, LGBT pero fundamentalmente es con la condición de ser mujer. Lo femenino es representado en la mitad de los casos de una manera sexista. (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015)

Los informantes se muestran sumamente críticos con esta situación, tanto en lo que tiene que ver con la creación, difusión y acceso de la información por parte de mujeres:

Con respecto a la mujer y los grupos vulnerables indígenas se sigue haciendo un tratamiento que, históricamente, ha sido malo. Se ha multado a los medios de comunicación, se ha criticado a aquellos que vulneran a la imagen

¹⁵⁴ El PNUD creó el Índice de Desarrollo ajustado por Género (Gender-Related Development Index, en inglés) y el índice de Potenciación de Género (Gender Empowerment Measure) a través de los cuales se sitúa a los diferentes países en un ranking de mayor a menor en función de la situación de (des)igualdad de las mujeres.

¹⁵⁵ En el Informe 2009 se aplicaron las metodologías del IDG y del IPG a nivel mundial para calificar a 155 países por IDG y a 109 países por IPG. Estas medidas, a pesar de todo, tienen sus limitaciones. Según la literatura consultada sobre las restricciones de estos indicadores de género, "the Gender-Related Development Index (GDI) suffers from a range of flaws in its design as well as in its practical application. The Gender Empowerment Measure (GEM), while avoiding some the problems of the GDI, is too narrowly focused on the formal economy and national political structures and thereby neglects many important facets of (actual and potential) female empowerment at the local institutional levels and in the grassroots organizational forms" (Bardhan y Klasen, 1999, p. 985-1010).

de la mujer, o la tratan de una manera sexista, pero igual sigue. Igual siguen las portadas. No hay un condicionamiento legal que lo impida.

Creo que esto tiene mucho que ver con la buena intención de la política pública pero también con el consumo. La naturalización del consumo de la información es fundamental. Si vas a la lectoría de un medio donde no sale la chica sexy entonces ellos van a seguir enfrentándose, de alguna manera, para que se encuentren las estrategias de venta. La mujer, en general, no se siente vulnerada por eso. Más bien hay una ambición de querer aparecer. Creo que mantiene un lenguaje sexista, un lenguaje machista.

Además, en el cuerpo de la producción de la información tú puedes ver que las mujeres que no tienen acceso, que no tienen otros poderes sociales, no tienen acceso a la producción. Si ves cómo las mujeres trabajan en los medios de comunicación, las mujeres siempre están vinculadas a cultura, espectáculo, belleza, salud... esa es la participación. Los hombres están más vinculados a la producción de política, información económica, innovación, son las cabezas de las redacciones, son los dueños de los medios de comunicación... Por el lado interno y externo es un tema bastante desigual. (María Pessina, Entrevista Personal N°4. Noviembre de 2015)

Asimismo, también el colectivo de gays, lesbianas, transexuales, bisexuales e intersexuales ha sido tradicionalmente maltratado en los medios de comunicación ecuatorianos.

El caso que, creo, mejor evidencia eso es el de las comunidades LGBTI donde el impacto en los medios de comunicación ha hecho que ya no se burlen, no se estigmatice, ni tampoco se generen elementos de homofobia. (Orlando Pérez, Entrevista Personal N°1. Noviembre de 2015)

2.6.3. Pueblos y nacionalidades

Según el Principio de interculturalidad y plurinacionalidad recogido en la Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 43:

El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano. (Art. 14 LOC)

Estos dos principios son reconocidos, por ejemplo, por el comunicador social Will Morales.

La visión de los medios es de interculturalidad e inclusión, a parte que es una exigencia de la ley, de cumplir al menos con el 5 % del espacio de un medio para dichos temas. (Will Morales, Entrevista Personal N°3. Noviembre de 2015)

No obstante, algunos informantes hacen referencia explícita a que esta protección no pasa, en el ámbito mediático, por una introducción de estos actores en los procesos de producción de noticias, lo que les relega a simples actores pasivos de los contenidos mediáticos.

No tienes la inclusión de los grupos a los que estás mirando como parte del proceso de producción. Existe una asociación de productores audiovisuales quichuas, por ejemplo, que no tienen cabida en los medios públicos sino que tienen cabida en los medios privados regionales. ¿Por qué? Porque no están dentro de una perspectiva o política editorial de medio público. (Pablo Escaldón, Entrevista Personal N°2. Noviembre de 2015)

El propio director de Vision 360° hace referencia a un programa denominado PluriTV que es utilizado por las distintas cadenas para completar su cuota de contenidos interculturales en los medios privados:

Mira, en los medios privados se supone que había un requerimiento de publicar cierto porcentaje de información sobre temas interculturales. “¿Cómo se ocupa mi cupo? Hago un reportaje de la selva”. Creo que eso es nada, porque finalmente se debería hacer como en otras provincias donde hay informativos en quechua, que es la segunda lengua oficial y se habla principalmente en la zona amazónica del Ecuador.

Se están creando este tipo de programas. Hay un tipo que se ha hecho multimillonario con una productora llamada Jirafa producciones, que hace un programa que se llama PluriTV y lo cumplan todos los canales. ¿Qué es PluriTV? Es como un programa de TVE llamado Saber y Ganar pero con temas de interculturalidad. Eso es el programa.

Los canales lo compran y ya está, han llenado el cupo, pero no conlleva una interculturalidad real. (Allen Panchana, Entrevista Personal N°7. Noviembre de 2015)

El director de *El Telégrafo* relata el caso de una denuncia específica a un caricaturista por atentar contra la imagen de un afrodescendiente:

Como es el caso de Bonill, el caricaturista, que fue señalado por una demanda de una comunidad afroecuatoriana a partir de una caricatura en contra de un jugador de fútbol afro que ahora es asambleísta.

Este elemento me parece fundamental, es incluso histórico porque nunca antes ni la sociedad, ni las agrupaciones tenían opción de demandarle a un medio de comunicación para que se respetasen sus derechos y se garanticen. Una cosa es el respeto y otra es la garantía. No se puede ofender. (Orlando Pérez, Entrevista Personal N°1. Noviembre de 2015)

2.7. La percepción internacional del desarrollo mediático ecuatoriano

La complejidad del desarrollo mediático ecuatoriano entre 2011 y 2015 obliga a incorporar un espacio específico sobre casos de particular relevancia para entender dicha característica, prestando especial atención a la percepción internacional de los mismos.

En este sentido, se ha decidido profundizar en cuatro situaciones en las que la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, así como de otras normas próximas han causado un gran impacto en medios y organizaciones no gubernamentales ecuatorianos e internacionales, así como en los informantes de la presente investigación y que han sido recurrentes en las entrevistas en profundidad a los informantes.

Tales son los casos del caricaturista Bonill, el colectivo ambientalista Yasunidos, la detención de la periodista y profesora Manuela Picq y la orden de disolución y el posterior archivo de la causa Fundamedios.

2.5.1. El caso de Bonill

La Superintendencia de Información y Comunicación (Supercom) denunció al caricaturista ecuatoriano Javier Bonilla, Bonill, por varias de sus viñetas, lo que ha sido criticado por diversas organizaciones internacionales como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP 2015), Reporteros Sin Fronteras (RSF, 2014) o la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA, 2014). El trabajo del caricaturista Bonill es extremadamente controvertido tanto dentro como fuera del país.

También en las entrevistas en profundidad se ha utilizado el caso de Bonill tanto por defensores como por detractores de las políticas públicas en materia de Comunicación llevadas a cabo por el Gobierno de Correa en su mandato.

Ese caso a mí me parece que no es muy relevante, o sea, tiene su significación pero con respecto a la Ley de Comunicación quizá hay un derecho de si alguien se siente afectado pueda reclamar. En este caso fue el Gobierno pero claro, como se trata del Gobierno frente a un caricaturista se convierte en un hecho político-mediático importante pero lo que no se ha destacado ni por la SIP, ni por la CIDH, es valorar cómo los ciudadanos, haciendo

uso de la Ley de Comunicación, piden respeto y garantía para sus derechos. Eso me parece fundamental y eso ha pasado tanto en los grandes medios como en los pequeños. (Orlando Pérez, Entrevista Personal N°1. Noviembre de 2015)

2.5.2. El caso de Manuela Picq

La devaluación del petróleo y el aumento del precio del dólar están causando preocupación en la esfera política, que ha sido contestado por grupos de oposición mediante distintas marchas y movilizaciones ciudadanas. En este sentido, se puede apreciar una cierta preocupación, fundamentalmente en el Gobierno e incluso en el presidente que lo ha reconocido abiertamente. El hecho de que Ecuador no tenga una moneda propia sino el dólar le debilita ante un choque externo, como el que se está produciendo.

Digamos que eso está un poco en el ambiente. Quizá no se nota tanto a nivel de calle, por ahora, puesto que, por ejemplo, la gasolina sigue teniendo un precio bastante asequible. Sin que sea un regalo pero bueno, para lo que estamos acostumbrados los españoles, es bastante razonable, y no se ha notado hasta ahora una gran preocupación a nivel social. Sin embargo, desde hace unos meses se está empezando a sentir un poco de presión y eso también hay que contextualizarlo con todas las protestas que se están produciendo desde hace unos cuantos meses en las calles, movilizaciones, manifestaciones... que van un poco, según algunos, a aprovechar la coyuntura económica para intentar acelerar el desgaste del Gobierno. (Jesús Sanchís, Entrevista Personal N°6. Noviembre de 2015)

El pasado 13 de agosto de 2015 la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (Conaie) convocó una huelga nacional en la que se detuvieron a 70 personas, entre las que se encontraban la profesora franco-brasileña Mauela Picq. El caso de la profesora universitaria de la Universidad San Francisco de Quito y corresponsal de *Al Jazeera* también evidencia la fragmentación en la opinión de los informantes que han participado en la presente investigación. Cabe destacar que Picq es la pareja del presidente de la Ecuarrunari, Carlos Pérez Guartambel, uno de los líderes indígenas más influyentes del país.

Tras la detención de Picq en el centro de Quito se canceló su visado y se ordenó una deportación por causas administrativas. Desde hace meses Manuela Picq ha intentado obtener la visa de residencia temporal de Mercosur sin una resolución positiva, por lo que se encuentra en Brasil desde agosto de 2015. Según el director de *El Telégrafo*, existe una clara estructura en la matriz comunicacional de este caso que consiste en victimizar a la protagonista de la información:

Sí, porque ahí hay una estructura, una matriz comunicacional que es victimizar, buscar mártires y héroes porque los héroes reales no aparecían. Mira, *El Telégrafo* hizo lo que tenía que hacer: mostrar la información. Se detuvo a la señora, la señora estuvo presa, fue su novio llorando y diciendo que le habían quitado el amor de su vida. Nosotros no caímos en esa telenovela. Evidentemente había gente muy pero que muy molesta y tú cómo extranjera entenderás que ahí afloran sentimientos de xenofobia y de odio racial. Nosotros no nos prestamos a eso. Haber dramatizado a ese nivel la situación también generó que gente se preguntase por qué le daban tanta importancia a la extranjera. Nosotros informamos exactamente lo que había que informar sin dar el peso político que significaba. Era una persona que estaba detenida como otras más y que salió del país porque no tenía un permiso de residencia para hacer política ni nada por el estilo. Su condición de intercambio cultural le impedía hacer esas cosas y no nos podemos escandalizar. Ahora, que de esa telenovela entre Manuela Picq y Manolo Sánchez se hayan hecho eco tanto otros medios, que llegaron a dramatizar y a poner que era en práctica nuestra cuarta Manuela era descabellado. Nosotros no tenemos que pedir prestado héroes ni heroínas. Colocar a Manuela Picq como una cuarta Manuela después de Manuela Sáez, Manuela Cañizares y Manuela Espejo no solamente es un insulto, es una vergüenza que los políticos la hayan colocado, por más atributos, en esa situación. Insulta la memoria histórica y de lucha en el país. (Jesús Sanchís, Entrevista Personal N°6. Noviembre de 2015)

Por su parte, el director de Visión 360° de Ecuavisa y profesor universitario observa otro tipo de causas en la detención y posterior retirada de la visa a Manuela Picq.

A ver, yo creo que fue importante porque finalmente era la pareja de un opositor. A mí lo que finalmente me parece más atroz es que fuese una académica. A nuestro país, que pena que lo diga, le hacen falta buenas cabezas. Le hace falta gente preparada, que piense. Finalmente no tenemos como en España que mucha gente tiene un posgrado. Nos hace falta gente así y los bota. Además, este país se supone que es de fronteras abiertas, paz y amor, y este fue el discurso y fue una contradicción. No me vengas diciendo que recibes a todos los extranjeros profesionales (médicos, especialistas de tercer y cuarto nivel...) – las universidades están llenas de españoles y yo aplaudo eso, porque no hay el número mínimo de profesores con maestría, como exige la Ley orgánica de educación superior-. Dí tú, la mujer tuvo que marchar, ¿y cuál fue el delito? Yo no iría, me evito la bomba lacrimógena pero esta mujer fue a defender muchas cosas por los ecuatorianos y finalmente la echaron, no está renovada su permanencia. Creo que fue un movimiento completamente político porque dijeron “vamos a darle a este tipo donde más duele, en el corazón”. (Allen Panchana, Entrevista Personal N°7. Noviembre de 2015)

2.5.3. El caso de Yasunidos

El movimiento ciudadano Yasunidos promueve la protección medioambiental de los campos Ishpingo, Tiputini y Tambococha (ITT) en el Parque del Yasuní, una de las mayores reservas de biodiversidad del planeta. En 2013, el Gobierno de Rafael Correa cambió su postura respecto al Yasuní-ITT que, frente a una decisión inicial de protección del espacio a cambio de una contribución económica de la comunidad internacional, ahora primaba la extracción del crudo. El colectivo Yasunidos presentó más de 700.000 firmas al Consejo Nacional Electoral (CNE) para solicitar una consulta nacional sobre la extracción, de las cuales más de 500.000 registros fueron anulados por el CNE. Ello supuso la imposibilidad de realizar la consulta popular. La cobertura del movimiento Yasunidos ha tenido una gran repercusión internacional, como se observa en las noticias de la BBC, *The Guardian*, o la Agencia EFE:

No me extendo porque entiendo que conoces aquella propuesta relativa a dejar el petróleo bajo tierra a cambio de que la comunidad internacional aportase los fondos que generaría su venta y así el país no sufriera un deterioro ambiental que, al subir el petróleo y ser la naturaleza un bien global, la idea era que todo el mundo tenía que contribuir con ello. Como no tuvo el seguimiento esperado, el Gobierno tuvo que dar marcha atrás y ya ha empezado los proyectos de explotación de esa zona con el consiguiente malestar y rechazo de algunos sectores, no de todos, tampoco, que han visto en esto una amenaza para su entorno. Entonces sí, hemos dado bastante seguimiento. Sabes que en la agencia [EFE] damos un seguimiento muy inmediato y seguimos el día a día por lo que no hacemos un trabajo que nos toma seis meses y no volvemos nunca sino que vamos dando información más superficial o más sencilla o directa pero de manera continua por lo que hemos ido contando todas las novedades que se producían en ese proceso. (Jesús Sanchís, Entrevista Personal N°6. Noviembre de 2015)

2.5.4. El caso de Fundamedios

Fundamedios es una organización social con sede en Ecuador que fue denunciada por la Secretaría de Comunicación ya que, según dicha entidad pública, había violado el artículo 6 del decreto 16, que regula a las organizaciones sociales, al generar intromisiones en temas de carácter político “alejados del desarrollo social que consta como objetivo de esta organización” (Secom, 2015).

Fundamedios resolvió generar una campaña internacional, así como una solicitud a la Defensoría del Pueblo, entidad que solicitó a la Secom el archivo del proceso de disolución. El 25 de septiembre de 2015 la Secom archivó el proceso, insistiendo en que era la última advertencia para que Fundamedios se adecúe a su objeto social. El proceso de disolución de la ONG generó diversas reacciones entre las que destacan las del portavoz del Departamento de Estado de los Estados Unidos, John Kirby; el director de la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), Jaime Abello Banfi; la SIP o RSF.

Al preguntar a Allen Panchana por el papel de la organización Fundamedios en el panorama mediático ecuatoriano, el periodista se muestra convencido de su importancia:

Fundamedios es lo único que nos queda en el tema de auditorías y de libertad de expresión. Es verdad que está financiado por fondos estadounidenses, en buena hora. Finalmente aquí todo el mundo ha agachado la cabeza y eso a mí me preocupa. Se ha dado una suerte de desidia. Finalmente hemos sido supercríticos, sin miedo. Fundamedios trabaja con alertas, registrando tantos casos de abusos, nada más. Es un reporte, que ha dado voz a blogueros como Martín Pallares, José Hernández, que han salido de medios muy buenos y tienen blogs. Ahora este Estado de propaganda quiere controlar hasta los blogs, con la ventaja de que la ley no puede controlar contenidos .com salvo aquellos que sean de medios, es decir, la página web de Ecuavisa, ¿ya? (Allen Panchana, Entrevista Personal N°7. Noviembre de 2015)

Por el contrario, la representante de Cordicom afirma que, al alejarse de su objeto social, debía ser disuelta:

Fundamedios, de acuerdo con lo que reza el expediente de Secom, se alejó de su objeto social, que ya te lo había explicado, y había algunas evidencias de esto. Una de ellas era la difusión de contenidos de opinión por parte de actores políticos nacionales e internacionales que opinaban contra el Gobierno ecuatoriano y no solamente contra él sino que hacían manifestaciones políticas y ello era difundido por esta ONG. Nada más alejado del desarrollo mediático o la capacitación a periodistas. Era por ahí un poco la cosa. Así que se abre el expediente correspondiente de acuerdo con el Código civil y el Código de procedimiento civil ecuatoriano que son las normas que se aplican en el caso de las corporaciones y las fundaciones, la causal de incumplimiento del objeto social en el Ecuador que es la disolución de la organización social. Es una normativa que además está en otros países, como España inclusive. Si no cumples tu objeto social, te disuelvo. (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015)

Con respecto al papel de la Defensoría del Pueblo, Paulina Mongrovejo explica:

Así que se estaba iniciando el proceso del expediente y hubo un pedido del Defensor del Pueblo solicitando que se reconsidere la ejecución que, a pesar de que esté en la Ley de Comunicación, no es conveniente que una organización social sea disuelta por una posición y podría darse la opción de darle una segunda oportunidad.

La Secom, en este caso, dio oídos al pedido de la Defensoría del Pueblo, que a su vez actúa en función de una petición del propio Fundamedios y, en ese sentido, pues, no se produjo la disolución pero se advirtió a Fundamedios de que si vuelve a alejarse de su objeto social entonces sí que se hará efectiva su disolución correspondiente. Eso fue lo que pasó con Fundamedios. (Paulina Mongrovejo, Entrevista Personal N°5. Noviembre de 2015)

Jesús Sanchís al ser preguntado sobre si la presión internacional tuvo que ver con la decisión de la Secom responde:

Sí, puede haber alguna conexión. No tengo pruebas de ello pero no sería extraño que la hubiera. Sabemos que en política la presión externa a veces da resultado. En este caso sí hubo varias protestas de organizaciones de periodistas, medios de comunicación, en defensa de la libertad de expresión... en contra de ese proceso de disolución. La Sociedad Interamericana de Prensa, me parece recordar que incluso Human Right Watch y algún otro organismo denunciaron y el portavoz estadounidense también. Ahí hay un indicio pero lo que sí que parece que ocurrió es que hubo un malestar por parte del Gobierno por la reproducción de contenidos de medios digitales o de autores de blogs que disgustaron al gobierno y con el argumento de que Fundamedios estaba adoptando un papel político, que no le corresponde de acuerdo con sus estatutos, se inició ese procedimiento. (Jesús Sanchís, Entrevista Personal N°6. Noviembre de 2015)

3. Conclusiones

H1. Tras la realización del estudio sobre el desarrollo mediático en el entorno ecuatoriano entre 2011 y 2015 mediante la revisión bibliográfica, la aplicación de la primera categoría de los Indicadores de Desarrollo Mediático de Unesco (2008) y la realización de siete entrevistas en profundidad a profesionales de la información

de medios públicos y privados, estudiosos de la comunicación, juristas, miembros de ONG y funcionarios estatales se ha podido verificar la hipótesis principal de la investigación, es decir, que la concepción social de los derechos a la comunicación en Ecuador, recogida en la Constitución de 2008 y desarrollada normativamente por la Ley Orgánica de Comunicación de 2013, amplía los derechos y libertades reconocidos en la ciudadanía ecuatoriana, planteando desafíos relacionados con la mala praxis de los poderes hegemónicos.

En este sentido, la aplicación de los indicadores de la organización internacional han permitido observar la introducción de lagunas en la legislación en materia de Comunicación, así como la búsqueda de un armazón normativo en la profesionalización de la profesión periodística que afecta negativamente a algunos sectores, entre el que destacan los medios comunitarios. En estos medios, sobre todo en el caso de las radios, la ciudadanía utiliza la comunicación en un entorno geográficamente accidentado para comunicarse y generar herramientas de cambio, por lo que la profesionalización puede penalizarlos.

H2.1. Se ha constatado una clara voluntad política por la creación de un marco normativo que vela por la búsqueda de la democratización y la lucha contra la concentración mediática, características específicas de los procesos de cambio en las políticas públicas de comunicación en toda América Latina. Sin embargo, estos procesos causan grandes desafíos derivados de la hegemonía de los medios privados, así como la ausencia de entrada de grupos vulnerables en la producción y difusión de contenidos.

H2.2. En particular, se ha constatado la invisibilización de niños, niñas y adolescentes, así como una perpetuación de la imagen estereotipada de la mujer y del colectivo de gays, lesbianas, transexuales e intersexuales y de pueblos y nacionalidades de Ecuador que ha intentado ser corregido mediante programas específicos, como PluriTV y EducaTV.

Estos contenidos son insertados en las parrillas sin observar cuáles son los momentos más aconsejados para hacerlo, así como si la audiencia está interesada en este tipo de aspectos. Por tanto, urge incentivar el debate sobre el tipo de contenidos sobre interculturalidad y otro tipo de visibilización de la pluralidad demográfica del país andino, respetando los derechos y libertades tanto de las audiencias como de los medios públicos, privados y comunitarios que los difunden.

H2.3. Asimismo, el análisis de las fuentes bibliográficas secundarias internacionales, así como las entrevistas con los expertos han permitido verificar la tercera hipótesis secundaria de la investigación, que tenía que ver con que las mediciones elaboradas por observatorios y organizaciones no gubernamentales internacionales penalizan la política pública en materia de comunicación del Gobierno de Rafael Correa.

Entidades como Reporteros Sin Fronteras, Freedom House, la Sociedad Iberoamericana de Prensa y otras organizaciones castigan duramente las políticas públicas ecuatorianas en materia de comunicación, al considerarlas una intromisión del poder ejecutivo en los medios de comunicación. El análisis de los casos del caricaturista Bonill, la profesora y periodista Manuela Picq, el colectivo Yasunidos y el expediente de disolución finalmente anulado de la ONG Fundamedios han permitido ilustrar esta repercusión internacional de las políticas puestas en marcha por la mayoría parlamentaria de Alianza País.

En conclusión, la presente investigación ha permitido verificar las hipótesis planteadas al inicio del estudio, así como examinar el entorno mediático ecuatoriano durante un periodo de cuatro años, evaluando los cambios políticos y legislativos que han acompañado la transformación del sistema mediático ecuatoriano.

Bibliografía

- Alianza País (2006). *Programa de Gobierno 2013-2017. Gobernar para profundizar el cambio*. Recuperado de <https://carlosviterigualinga.files.wordpress.com/2012/12/programa-de-gobierno-2013-20171.pdf>.
- Asamblea Nacional Del Ecuador (2013, 25 de junio). *Ley Orgánica de Comunicación*. Recuperado de http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf.

- Asociación Mundial de Periódicos & Editores de Noticias (WAN-IFRA) (2014). *WAN-IFRA pide a Rajoy abordar la situación de la libertad de prensa en Ecuador durante reunión con Rafael Correa*. Recuperado de <http://www.wan-ifra.org/articles/2014/04/24/wan-ifra-pide-a-rajoy-abordar-la-situacion-de-la-libertad-de-prensa-en-ecuador-d>.
- Butler, J. (2009). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Creswell, J. W. (2014a). *Research design. Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Londres: Sage Publications.
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- De Frutos, R. (2015). *Desarrollo mediático de Ecuador: Análisis crítico de 2011 a 2015 a partir de la aplicación de los IDM de Unesco* (Trabajo Fin de Máster).
- De Frutos, R. (2014). *Indicadores mediáticos: análisis crítico de los modelos de evaluación internacional* (Tesis doctoral con mención internacional). Recuperado de <http://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/8569>
- Federación Internacional de Periodistas (2015, 15 de agosto). *La FIP condena brutal agresión a periodista franco-brasileña Manuela Picq en Ecuador*. Recuperado de <http://www.ifj.org/nc/es/news-single-view/backpid/35/article/la-fip-condena-brutal-agresion-a-periodista-franco-brasilena-manuela-picq-en-ecuador/>.
- Fundamedios (2011, 27 de julio). *Informe complementario a Proyecto de Ley de Comunicación introduce la censura previa en la información y una amplia discrecionalidad para que un consejo de regulación de cuestionada independencia regule los contenidos de los medios*. Recuperado de <http://www.fundamedios.org/alertas/informe-complementario-proyecto-de-ley-de-comunicacion-introduce-la-censura-previa-en-la-informacion-y-una-amplia-discrecionalidad-para-que-un-consejo-de-regulacion-de-cuestionada-independencia-re/>.
- Fundamedios (2013, 21 de enero). *Presidente Correa anuncia subsidio para pagar a periodistas de "medios pequeños", pero expertos ven un peligro para su independencia*. Recuperado de <http://www.fundamedios.org/alertas/presidente-correa-anuncia-subsidio-para-pagar-periodistas-de-medios-pequenos-pero-expertos-ven-un-peligro-para-su-independencia/>.
- Fundamedios (2015, 25 de mayo). *Asamblea impone espacio de réplica que interrumpe noticiero y descalifica comentarios de su presentador*. Recuperado de <http://www.fundamedios.org/alertas/asamblea-impone-espacio-de-replica-que-interrumpe-noticiero-y-descalifica-comentarios-de-su-presentador/>.
- Fundamedios (2015, 28 de septiembre). *Secom archiva proceso de disolución de Fundamedios y vuelve a amenazar a la organización*. Recuperado de <http://www.fundamedios.org/alertas/secom-archiva-proceso-de-disolucion-de-fundamedios-y-vuelve-amenazar-la-organizacion/>
- Fundamedios (2015, 29 de junio). *Web de Fundamedios sufre ataque y queda inhabilitada por 48 horas*. Recuperado de <http://www.fundamedios.org/alertas/web-de-fundamedios-sufre-ataque-y-queda-inhabilitada-por-48-horas/>.
- Fundamedios (2015, 9 de febrero). *Página web de Fundamedios es víctima de ataque cibernético*. Recuperado de <http://www.fundamedios.org/alertas/pagina-web-de-fundamedios-es-victima-de-ataque-cibernetico/>.
- Giannone, D. & de Frutos García, R. A. (2016): *Measuring Freedom of Information: Issues and Opportunities from an Expert Survey*. *International Journal of Communication*, 10, 1-30.
- Human Right Watch (HRW) (2015). *Informe Ecuador 2015*. Recuperado de https://www.hrw.org/sites/default/files/related_material/ecuador_sp_2.pdf.
- Myrdal (1968). *Asian Drama. An Inquiry into the Poverty of Nation*. Nueva York. Random House.
- Myrdal (1970): *Reto a la pobreza*. Espluges de Llobregat: Ariel.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2014). *Indicadores de género para medios de comunicación: marco de indicadores para evaluar la sensibilidad en materia de género en las operaciones y contenidos mediáticos*. Paris: Unesco. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002310/231069s.pdf>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*, Paris: Unesco. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf>.
- Organización de las Unesco Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2007a). *Defining Indicators*

of *Media Development Background Paper*, Paris: Unesco. Recuperado de http://www.Unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/ipdc51_bureau_media_development_indicators_background_paper.pdf.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2012a). *Gender-Sensitive Indicators for media. Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media Operations and content*. Paris: Unesco.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) (2011g). *Análisis del desarrollo mediático en Ecuador 2011*. Quito: Unesco-Quito. Recuperado de http://www.Unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ecuador_mdi_report_span.pdf.

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2014). *Informe anual de la Relatoría Especial para la libertad de expresión 2014*. Recuperado de http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014_04_22_ia_2013_esp_final_web.pdf.

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Organización de Estados Americanos (OEA) (2015, 17 de septiembre). *Ecuador / Libertad de expresión: Relatores de ONU y la CIDH condenan medidas para disolver a una destacada organización*. Comunicado de prensa 103/15. Recuperado de <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1004&IID=2>.

Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2014, 6 de febrero). *Caricatura censurada: una rectificación sarcástica*. Recuperado de <http://es.rsf.org/ecuador-la-ley-de-comunicacion-revela-su-03-02-2014,45819.html>.

Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2014, 6 de febrero). *Caricatura censurada: una rectificación sarcástica*. Recuperado de <http://es.rsf.org/ecuador-la-ley-de-comunicacion-revela-su-03-02-2014,45819.html>.

Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2015, 26 de agosto). *¿Por qué el presidente de Ecuador censura la información de prensa sobre la actividad de un volcán?* Recuperado de <http://es.rsf.org/ecuador-porque-el-presidente-de-ecuador-18-08-2015,48238.html>.

Sáenz, H. (2015). "Los DESC en las políticas públicas a partir de 2008: el bloque de constitucionalidad como instrumento de su concreción". Ponencia del III Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales. Flacso Ecuador. 26-28 de agosto. Quito, Ecuador.

Legislación

Legislación internacional

Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948)

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966)

Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966)

Convención Americana de Derechos Humanos (CADH) (1969)

Legislación nacional

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Ley Orgánica de Comunicación (2013)

Ley de Radiodifusión y Televisión (1975)

Ley del Ejercicio Profesional del Periodista (1975)

Ley de Participación Ciudadana (2010)

Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) (2004)

Código Orgánico Integral Penal (2014)

Código de la Niñez y la Adolescencia (2003)

Decreto 755, Presidencia de la República del Ecuador

Nueva tendencia en la formación de los comunicadores de la Zona 1 del Ecuador: el periodismo transmediático

New trend in training communicators from the Zone 1 in Ecuador: the Transmedia Journalism

Nova tendência na formação dos comunicadores da Zona 1 do Equador. O jornalismo transmidiático

Mgs. Armida Mariela Montenegro Cevallos

ammontenegro@pucesi.edu.ec

Magíster en Ciencias de la Educación, Diplomado Superior en Docencia Universitaria, Doctora en Educación especialidad Gerencia Educativa, Licenciada en Ciencias de la Educación especialidad Lengua y Literatura, profesora de segunda enseñanza especialidad lengua y literatura. Profesora universitaria desde hace 13 años. Mi experiencia investigativa se enfoca en las áreas de educación, lenguaje, comunicación y literatura.

Mgs. Tatiana Mabell Estévez Arias

testevez@pucesi.edu.ec

Magíster en Tecnologías para la Gestión Docente, comunicadora social. Docente universitaria hace cinco años, en asignaturas como medios impresos, TIC y periodismo digital. Mi experiencia investigativa se centra en el ciberperiodismo y los nuevos medios. Actualmente Directora de la Escuela de Comunicación Social.

Lic. Ximena Margarita Coronado Otavalo

xmcoronado@pucesi.edu.ec

Egresada de la maestría en nuevas tecnologías de la información y la comunicación aplicadas para la gestión docente, licenciada en comunicación social. Investigadora de observación de medios locales y ciberperiodismo. Docente universitaria hace tres años, periodista durante cinco años y comunicadora para el desarrollo. Ecuatoriana-otavaleña.

Resumen

La educación superior en la actualidad debe vincular las tecnologías de punta a los aprendizajes profesionales para garantizar la respuesta a los problemas relacionados a este contexto. Desde esta perspectiva, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI) y la carrera de Comunicación cuentan con un rediseño curricular aprobado, mediante el cual se pretende sustentar al estudiante con las competencias inherentes al dominio de tendencias como: nuevos medios y periodismo transmediático.

Para tal efecto, se desarrolló una investigación cuantitativa de carácter exploratorio en el norte del Ecuador: Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbios con el objetivo de analizar el perfil profesional pertinente, a través de encuestas aplicadas a graduados, gerentes, propietarios, comunicadores y periodistas de medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales e instituciones públicas y privadas; información que fue contrastada con un análisis bibliográfico y avalada por expertos de la comunicación a nivel internacional.

Los resultados obtenidos arrojaron conclusiones que muestran la pertinencia que tiene la carrera de Comunicación en la zona 1 del Ecuador como un eje transversal y la necesidad de que los nuevos soportes y el periodismo transmediático sean parte fundamental en la formación integral de los nuevos profesionales de la comunicación ecuatoriana.

Palabras Clave: Currículo, nuevos medios, periodismo transmediático, comunicación.

Abstract

Today, higher education must connect technologies with professional learning to ensure the solution to problems in this context. From this perspective, the Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI) and the Communication School have a restructured curriculum approved. The objective is to reinforce students' skills proficiency in the domain of trends such as new media and transmedia journalism.

For this purpose, it was carried out a quantitative exploratory research in the northern of Ecuador: Imbabura, Carchi, Esmeraldas and Sucumbíos in order to analyze the relevant professional profile, through surveys applied to graduates, managers, owners, journalists, media journalists, non-governmental organizations, public and private institutions. This information was contrasted with a literature review and supported by communication experts internationally.

The outcomes from the research provide findings that show the relevant importance of the Communication Career in the Zone 1 of Ecuador as a transverse axis issue and the need the new media and transmedia journalism should be a fundamental part in the integral formation of the new professionals at the Ecuadorian communication area.

Keywords: Curriculum, new media, transmedia journalism, communication

Resumo

A educação superior atualmente tem de associar as tecnologias de vanguarda às aprendizagens profissionais de modo a garantir a resposta aos problemas relacionados a este contexto. Nesta perspectiva, A Pontificia Universidade Católica do Equador Sede Ibarra (PUCE-SI) e a carreira de Comunicação contam com uma redefinição curricular aprovada, mediante a qual visa sustentar o estudante com as competências inerentes ao domínio de tendências como: novos média e jornalismo transmidiático.

Para esse efeito, foi desenvolvida uma investigação quantitativa de tipo exploratório no norte do Equador: Imbabura, Carchi, Esmeraldas e Sucumbíos, com o intuito de analisar o perfil profissional pertinente, através dos inquéritos aplicados a graduados, gerentes, proprietários, comunicadores e jornalistas das média, organizações não governamentais e instituições públicas e privadas, informação que foi contrastada com uma análise bibliográfica e avaliada por especialistas da comunicação a nível internacional.

Os resultados obtidos geraram conclusões que mostram a pertinência da carreira de Comunicação na Zona 1 do Equador como um eixo transversal e a necessidade de os novos suportes e o jornalismo transmidiático fazerem parte fundamental da formação integral dos novos profissionais da comunicação equatoriana.

Palavras-chave: Currículo, novos média, jornalismo transmidiático, comunicação.

Introducción

La expansión a nivel mundial de los medios digitales, la revolución tecnológica y el desarrollo industrial en el campo de la comunicación han producido cambios sustantivos en las prácticas y rutinas de la producción comunicacional; obvio es asegurar, entonces, que paralelamente se debieron producir cambios estructurales en la formación de aquellas personas que tienen la responsabilidad de crear dichos medios y plataformas.

Según Belloch (2012) en la sociedad de la información se destaca a la segunda como el insumo principal de esta nueva organización social a través de la cual se crearán escenarios laborales o se adaptarán los existentes. La denominada sociedad de la información revoluciona el mundo como consecuencia de un impacto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), las mismas que han influido en todos los aspectos de la vida de las nuevas generaciones, de tal modo que ahora no se concibe el mundo sin la tecnología.

Las TIC se definen como aquellas herramientas que facilitan los procesos de información y comunicación, mediante el desarrollo de técnicas y estrategias de informática y telecomunicaciones que buscan satisfacer las necesidades de la sociedad (Baelo y Cantón, 2009).

Con este antecedente, surge Internet a mediados del siglo XX marcando el hito de una nueva sociedad en donde se transforman los procesos de comunicación; dando inicio a un cambio social que permite la emisión y el consumo masivo de información desde cualquier parte del mundo. Esta evolución ha sido más rápida que en los medios tradicionales como la prensa, la radio y la televisión. Internet nace con una etapa 1.0 en donde la característica era la complejidad en el uso y una brecha digital amplia.

La aparición de la web 2.0 marca una fase en donde la interactividad con el usuario es fundamental así lo ratifica O'Reilly (2005), quien destaca sobre manera la importancia de lograr interfaces de fácil utilización y

sobre todo que permitan al usuario ser el protagonista en la gestión de contenidos, como resultado de esta evolución nacen plataformas como Google, Wikipedia y sobre todo se da relevancia a la inteligencia colectiva a través de los blogs.

La web no deja de trascender, actualmente va más allá y se habla también de web 3.0, la misma que basa su concepción en la inteligencia artificial y en la web semántica, esta se vale de la evolución de las plataformas 2.0 para brindar una información más precisa al usuario.

En los últimos años la utilización de las TIC facilita diversos procesos de comunicación. Asimismo, actualmente revolucionan el ámbito educativo, ya que los docentes del siglo XXI priorizan la utilización de este tipo de herramientas para dinamizar los procesos académicos a todo nivel, desde el preescolar hasta el universitario. "La introducción y el uso de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje y de gestión en la educación superior ha supuesto una transformación institucional orientada a dar respuesta las necesidades demandadas por las sociedades del conocimiento" (Baelo y Cantón, 2009, p.3).

Internet revoluciona todos los ámbitos de la sociedad actual, entre ellos la educación superior, tanto en estrategias de enseñanza y aprendizaje como en los ejes de formación de las diversas carreras, sin embargo, hay algunas que tienen mayor grado de influencia; es así que, la Comunicación al ser una ciencia de carácter transversal e interdisciplinario requiere en gran medida la inclusión de las TIC debido a que los nuevos comunicadores deben enfrentarse a una audiencia cuyo principal escenario son las plataformas virtuales. Aspecto que hace repensar a las universidades el perfil de egreso de los futuros profesionales.

El ciberperiodismo data de la década de los 90, han transcurrido 26 años, en la actualidad es fundamental el estudio de esta disciplina en las instituciones de educación superior a nivel mundial, enfocándose a la enseñanza de los medios digitales y priorizando el aprendizaje de estos nuevos paradigmas de comunicación basados en Internet.

La incorporación de la tecnología digital está modificando los procesos tradicionales de investigación, elaboración y difusión de los mensajes periodísticos y, de hecho, hasta la propia barrera entre periodista y público, entre emisor y receptor, se difumina. La tecnología digital, en fin, ha llegado para transfigurar aspectos esenciales de la profesión periodística. (Díaz y Salaverría, 2003, p.15)

Ahora las facultades de Comunicación deben formar profesionales que combinen la teoría con la producción de medios, administración de plataformas digitales, herramientas web y nuevos soportes. Imperativa importancia debe acreditarse, por tanto, no solamente al vertiginoso aumento de la tecnología comunicativa, sino también al currículo que sostenga y que avale la correcta formación que deben poseer quienes actuarán en los campos de la creación y difusión de comunicación.

Junto al aparecimiento de la era tecnológica se acuñan términos noveles, relacionados a la formación de los próximos actores digitales, como: el conectivismo, asociado a la teoría del aprendizaje para la era digital, se trata por tanto, de explicar el aprendizaje complejo en un mundo social digital en rápida evolución y se produce a través de las conexiones dentro de las redes. El modelo utiliza el concepto de una red con nodos y conexiones para definir el aprendizaje de tal forma que el empoderamiento de los beneficios prestados por la tecnología está garantizado en la epistemología, como se nota. Según George Siemens:

El Conectivismo es la integración de los principios explorados por el caos, de la red, y la complejidad y las teorías de la auto-organización. El aprendizaje es un proceso que ocurre dentro de entornos virtuales en elementos básicos, no enteramente bajo el control del individuo. El aprendizaje (definido como conocimiento aplicable) puede residir fuera de nosotros mismos (dentro de una organización o en una base de datos), está enfocado en conectar conjuntos de información especializada, y las conexiones que nos permiten aprender más tienen mayor importancia que nuestro estado actual de conocimiento. (Eduarea's Blog, 2014, párr. 2)

Singular notoriedad adquieren, por tanto, los aprendizajes que deben sumarse al perfil profesional de los comunicadores. Es así que a nivel mundial, regional y nacional, ahora mismo, existen gran cantidad de instituciones que brindan la posibilidad de estudiar a la comunicación desde diferentes enfoques.

Con la reciente legislación que norma la educación superior en el Ecuador hace manifiesta la necesidad de dotar al estudiante competencias que le permitan ser gestor y emprendedor del conocimiento “aprender a aprender”. En el caso que nos ocupa, dichas competencias denotarán, por tanto, en palabras de Barbero (citado en Vargas, 2016):

Competencias históricas, lógico-simbólicas y estéticas. En las primeras señalaba que no se puede utilizar creativamente una tecnología si no se conoce la historia de esa tecnología, que no es solo una historia de aparatos, es una historia de modos de usar esos dispositivos. Para que se usaron, en que situaciones se utilizaron. En las lógico-simbólicas planteaba que es imposible manejar la complejidad de las tecnologías, en el sentido de posibilidades, de interacción, de interactividad, donde esta relación “nunca había sido tan fuerte entre experimentación científica y experimentación estética. Nunca el conocer y el crear había estado tan cerca en términos científicos.” Y en tercer lugar, hablaba de las competencias estéticas básicamente capaces de modificar “el sesgo mercantil, el sesgo chato, barato de muchos de los desarrollos del mundo audiovisual en nuestras sociedades. (párr. 5)

En consecuencia, la finalidad de la formación en competencias para el comunicador, desde esta óptica es trabajar unos resultados de aprendizaje y contenidos digitales integrados, en los programas de asignaturas respectivos, a lo largo y a lo ancho de su carrera para que sean entes productivos en una nueva era y con dominio de las tendencias que se presenten. De tal forma que converjan, a través del uso de la tecnología, en una cultura en la que la circulación de la información trasciende los medios, en la que el entretenimiento y gozo son transmedios.

La necesidad académica, en la actualidad, se liga al enfoque “conectivista” del aprendizaje. Los esquemas de enseñanza tienen un componente asociado al uso de las TIC, así refiere el Reglamento de Régimen Académico (2016) en la sección correspondiente a Campos de Formación de la educación superior de tercer nivel, de grado, en su artículo 29:

Comunicación y lenguajes.- Comprende el desarrollo del lenguaje y de habilidades para la comunicación oral, escrita y digital, necesarios para la elaboración de discursos y narrativas académicas y científicas. Incluye, además aquellas asignaturas, cursos, o sus equivalentes, orientados al dominio de la ofimática (manejo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación), y opcionalmente, de lenguas ancestrales.

La normativa legal que rige en Ecuador establece una estructura didáctica apoyada en las asignaturas que refuercen el manejo de nuevas tecnologías y en consecución el dominio de competencias en los universitarios. En países como Ecuador, el estudio del periodismo transmediático es una tendencia reciente que va en crecimiento y se instaura de forma progresiva dentro de los planes de estudio de las instituciones de educación superior que ofertan carreras de comunicación y periodismo.

La incorporación de las narrativas transmedia empezó como un fenómeno, que cuando inició estuvo encaminado a la ficción, este concepto fue desarrollado por Jenkins (citado en Irala Hortál, 2014) que nombra a estos usos narrativos como las formas de desplegar un discurso mediante varios canales o plataformas, en las cuales a través de cada medio se relata una parte diferente hasta llegar a contar una historia completa.

En la misma línea Scolari A. (2013) amplía el estudio de la narrativa transmediática vinculada directamente al periodismo. Por ello, sostiene que mediante distintos recursos, dispositivos y medios articulados por un hilo narrativo se puede abordar una historia común, independiente pero conectada. Asimismo, el autor exhibe una nueva forma de producir, distribuir y consumir historias partiendo de la convergencia mediática que ha pasado del periodismo tradicional al digital.

El entorno real de aprendizaje demanda un cambio de comportamiento frente al escenario virtual. En la Zona 1 (norte) de Ecuador, la formación de comunicadores se concentra en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI) puesto que es el único campus de esta parte del país que oferta la carrera en modalidad presencial y en julio de 2015 se aprobó el rediseño del proyecto de estudios enmarcado en cambios curriculares que le apuestan a la gestión y producción comunicacional.

El campo formativo de los estudiantes es mucho más amplio y se debe ajustar a la demanda ocupacional y académica de la zona. La integralidad en la formación de un comunicador exige un profesional más empoderado con el entorno mediático y las nuevas narrativas.

Dentro de la educación mediática, la "sociedad de la información" exige procesos de enseñanza y aprendizaje basados en las TIC y las nuevas formas del quehacer periodístico. Los medios del país y puntualmente de la zona requieren de comunicadores con competencias específicas en el área de ciberperiodismo que dominen nuevos escenarios, capaces de estructurar y difundir mensajes basados en recursos transmediáticos que combinen distintos soportes adaptados a la web 2.0. En este marco desde el 2012 se han generado seminarios y congresos enmarcados dentro de la temática de transmedia y con la participación de expertos internacionales, esta quizá es la razón por la que Ecuador registra escasa investigación en la rama.

Sin lugar a duda, España es uno de los países iberoamericanos que muestra un adelanto en la inserción del estudio transmediático en las universidades, eso ha desencadenado una serie de investigaciones que hacen aportes significativos:

La educación mediática en la actualidad debe incluir nuevos enfoques que, junto a cuestiones tradicionales relacionadas con el consumo crítico de medios, incluya también variables propias de la cultura digital y multiplataforma contemporánea. En este sentido, es necesaria una mirada holística a la alfabetización mediática que integre también las particularidades propias del transmedia. (Grandio-Pérez, 2015, p.99)

De esta manera, tomando en consideración lo antes expuesto, cabe resaltar la nueva orientación que emerge en el panorama pedagógico vigente y está direccionado a motivar la cultura digital transmedia que aporte al perfil profesional de los comunicadores de la Zona 1 del Ecuador.

En este contexto, Osorio (2015) deja atrás al periodismo y hace adaptaciones de la narrativa transmedia en el proceso educativo que a través de herramientas complementarias logra la asimilación de temas y contenidos. El sistema académico se apoya de entornos virtuales de aprendizaje que sumados a los esquemas convencionales pueden generar mayor impacto y mejores resultados en la enseñanza y aprendizaje de los universitarios.

Siendo las cosas así, resulta claro que los programas curriculares que mantienen formas caducas de enseñanza de la comunicación deben replantear su planificación docente y promover la actualización metodológica, dejando atrás las técnicas que se programaban a inicios del siglo XXI pues la tendencia actual camina a la par con el crecimiento desmesurado de la tecnología y la evolución de la web. Esto lleva consigo el precipitado traspaso de la era análoga al mundo digital (Buitrago, Navarro y García, 2015).

La Comunicación Digital en la Sociedad del Conocimiento, está generando cambios en las relaciones del hombre con la sociedad, o del sujeto con el objeto que asiste a un cambio de época, que va de la modernidad a la post-modernidad, lo que según Manuel Castells, llama una "Sociedad en la Red"; nuevos planteamientos y formas de abordar esta realidad presente en el proceso globalizador. (Latuff y Nackhoul, 2010, p.2)

Seguramente es lógico afirmar, en este contexto que la tubería es más importante que su contenido, entendiéndose que lo primero son los medios y lo segundo la información o comunicación; la universidad por consiguiente, deberá tomar en cuenta que la tecnología sobrepasó al contenido y que por su propia cuenta se transformó en el constructo a ser estudiando, pero también a ser dominado. En consecuencia es legítimo asegurar que nuestra habilidad para aprender lo que necesitamos mañana es más importante que lo que sabemos hoy.

Todos estos antecedentes hacen que las mallas curriculares de las Universidades, en concreto en la carrera de Comunicación de la PUCE- SI se enfoque en esta formación transdisciplinaria e innovadora que requiere esta época en la que los medios surgen y evolucionan a cada instante enfocando el estudio desde las bases de las TIC y luego en un estudio más centrado en la comunicación digital, los recursos multimedia y en particular en la producción para nuevos medios.

Desarrollo

En la presente investigación se utilizaron encuestas, entrevistas y un panel de expertos como técnicas para la recopilación de información. Se aplicó un cuestionario en las cuatro provincias de la Zona 1 del Ecuador (Imbabura, Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas), a un censo de 127 personas vinculadas al ejercicio de la comunicación. Se realizaron entrevistas a expertos nacionales e internacionales, quienes validaron las competencias específicas de la carrera y se desarrolló un panel para la estructuración curricular.

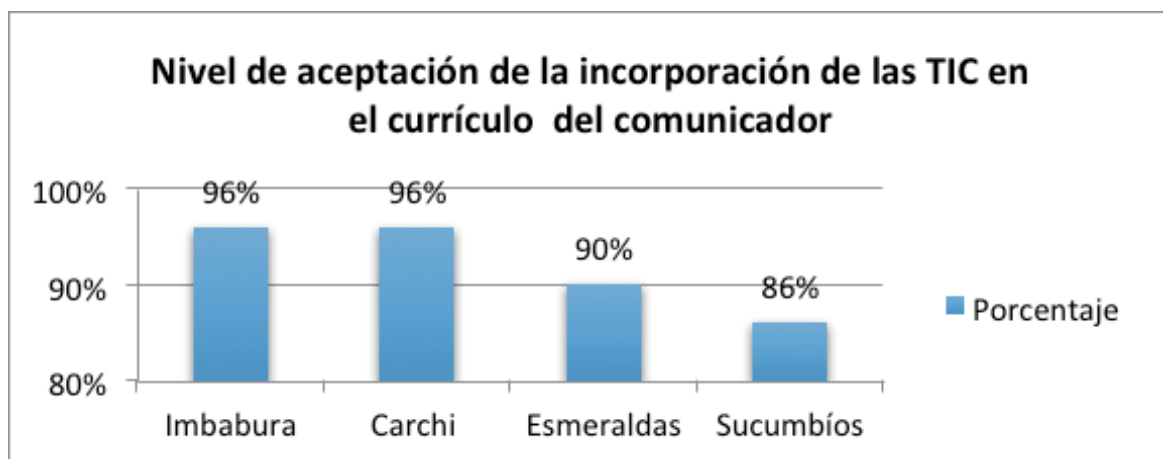
En el cuestionario se presentaron aspectos relacionados al objeto de estudio de la carrera, la demanda ocupacional y las competencias que validen los resultados de aprendizaje y la creación de distintas asignaturas. Entre los datos más relevantes destaca: que el 43% de los encuestados prefieren la gestión y producción de la comunicación como objeto de estudio de la carrera y al ser la PUCE-SI la única institución de educación superior que tiene esta oferta en modalidad presencial es fundamental la formación de un profesional integral que domine las distintas áreas de comunicación.

Por otra parte, la demanda ocupacional indica que se requieren 453 nuevos profesionales que podrían ocupar cargos en instituciones públicas, privadas, radio, prensa, televisión y organismos internacionales.

En el proceso investigativo fue evidente la necesidad de incorporar al perfil profesional del alumno competencias basadas en las TIC y las nuevas tendencias transmedia, puesto que el escenario mediático actual exige el dominio de la gestión y la producción comunicacional en los nuevos soportes.

Para validar cuantitativamente la necesidad de actualizar la malla curricular haciendo énfasis en las tecnologías de la información y la comunicación, fue necesario consultar las competencias a través de entrevistas a comunicadores internacionales, quienes entre los aspectos fundamentales sugirieron establecer una competencia específica de la carrera que aborde aspectos relacionados a las nuevas tendencias tecnológicas, la misma que manifiesta: "Gestionar tecnologías de la información y comunicación, para el diseño y producción de material comunicacional desde una visión del bien común" (ECOMS, 2015).

Gráfico 1. Competencia tecnológica



Fuente: (Encuestas, 2014)

Elaborado por: Montenegro, Estévez, Coronado (2014)

Como se observa en el gráfico 1, la aceptación de la incorporación de esta competencia en la formación de los futuros profesionales de comunicación es alta, pues en tres de las cuatro provincias que conforman la Zona 1 sobrepasa el 90%, destacando que los alumnos deben ser competitivos en diversas áreas ya que las nuevas plataformas que aloja Internet revolucionan la comunicación y el periodismo, exigiendo que el comunicador tenga conocimientos y habilidades en diversos medios, además de la gestión de la red y la actualización permanente de acuerdo a lo que exige la tecnología en la actualidad.

Esta competencia se encuentra sustentada en la construcción curricular de la nueva carrera a través del núcleo básico denominado: Gestión de Información Digital, el mismo que incorpora asignaturas que tributarán a la consecución de los resultados de aprendizaje en el área tecnológica y transmedia.

Los núcleos básicos son los conocimientos cardinales de las disciplinas que permiten la integración de los métodos, lenguajes, procesos y procedimientos que las estructuran, su producción y aplicación está orientada a la resolución de los problemas de la ciencia y de la realidad relacionados con la profesión. (Larrea, 2013, p.35)

Tabla 1. Orientaciones del Núcleo Básico Tecnológico

NÚCLEO BÁSICO	ORIENTACIONES	
	CONOCIMIENTO	SABERES
Gestión de Información Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las bases conceptuales y teóricas de las tecnologías de la comunicación e información. • Estudios de impacto de la comunicación digital. • Análisis de procesos comunicacionales en las TIC. 	<p>Uso de la TIC en la producción de mensajes comunicacionales. Manejo de herramientas digitales para promover la inclusión social.</p>

Fuente: Montenegro, Estévez, Coronado (2014)

El modelo de aprendizaje de la carrera se desarrolla tomando en cuenta los soportes de las tecnologías de la información y comunicación como un eje transversal que se estudiará en todos los campos de formación; tomando en cuenta que estos se refieren a un sistema de organización curricular que producen aprendizajes significativos entre los actores, sectores y contexto del proceso de enseñanza y aprendizaje (Larrea, 2013).

- a) **Fundamentos Teóricos.** Se utilizarán herramientas colaborativas que se encuentran en las plataformas virtuales, manejo de redes sociales, chats académicos, bibliografía virtual, aulas virtuales, foros virtuales y wikis.
- a) **Praxis Profesional.** Se aprovecharán programas especializados priorizando el software libre para la producción y edición audiovisual, publicitaria y de impresos. Asimismo, se contemplarán herramientas colaborativas, blogs, redes sociales, video conferencias, video tutoriales, aplicaciones web 2.0 y 3.0.
- a) **Epistemología y Metodología de la Investigación.** Se potenciarán redes académicas y científicas de investigación, uso de software de estadística para resolver diferentes modelos matemáticos.
- a) **Integración de Saberes, Contexto y Cultura.** Difusión de las culturas y saberes ancestrales, a través de recursos digitales y transmedia para generar identidad y rescate de las prácticas sociales.
- a) **Comunicación y Lenguajes.** Se pretende dar valor sustancial al uso académico de las redes sociales, al manejo de nuevas tecnologías y la formación del criterio profesional para la generación de contenido confiable desde los soportes y ventajas de la web 2.0 y 3.0.

Asimismo, luego de obtener los datos a través de las encuestas y entrevistas fue necesario realizar un panel de profesionales, integrado por todos los docentes de la Escuela de Comunicación Social de la PUCE-SI, para validar la malla curricular, en la que se destacan asignaturas como: Estrategias y Nuevas Tecnologías, Comu-

nicación y Recursos Multimedia, Comunicación Digital y Producción para Medios Digitales, las mismas que suman 560 horas en la formación académica.

La tecnología necesaria para desarrollar el perfil de un profesional de la comunicación poseedor de competencias que le permitan utilizar nuevas tendencias, como es el caso del periodismo transmediático, cuenta con objetivos, asignaturas, resultados de aprendizaje y todos los componentes curriculares necesarios para validar el perfil profesional; como se expone:

Tabla 2. Descripción microcurricular

Asignaturas	Resultados del aprendizaje	Descripción de contenidos mínimos	Número de periodo lectivo	Cantidad de horas en el período lectivo	Unidades de organización curricular	Campos de formación
ESTRATEGIAS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	Crear herramientas web mediante la generación de contenidos digitales para la democratización de la información en la era digital.	El mundo de la comunicación y las nuevas tecnologías, el internet y los procesos de comunicación, implementación de estrategias de la informática, Tecnologías mediáticas como el 2.0, multimedia; el acceso "on-line" a bases de datos bibliográficas; hipertextos y videoconferencias.	4to	160	Unidad Profesional	Praxis Profesional
COMUNICACIÓN Y RECURSOS MULTIMEDIA	Elaborar un plan comunicación a través del manejo de estrategias innovadoras y oportunas.	Procesos de comunicación. Estructura del plan de comunicación. Auditoría de comunicación. TIC. Análisis de recursos multimedia.	6to	80	Unidad Profesional	Praxis Profesional
COMUNICACIÓN DIGITAL	Producir mensajes multimedia utilizando códigos éticos y deontológicos para la comunicación estratégica en las organizaciones.	Comunicación digital, función e importancia lo significativo de lo irrelevante, canal de contenidos mediáticos, empresas de comunicación, ética y responsabilidad al informar. Internet, herramientas de futuro, características de los periódicos digitales, Herramientas de trabajo del periodista Digital, Gestión de Comunidades Digitales.	7mo	160	Unidad Profesional	Praxis Profesional

PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES	Crear contenidos comunicaciones adecuados a las tendencias digitales para diferentes soportes.	Medios Digitales. Gestión de medios digitales. Nuevas plataformas. Géneros multimedia. Redacción ciberperiodística, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, generación de contenidos para la web. Radio, prensa y televisión online.	8vo	160	Unidad Titulación	Praxis Profesional
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES	Crear contenidos comunicaciones adecuados a las tendencias digitales para diferentes soportes.	Medios Digitales. Gestión de medios digitales. Nuevas plataformas. Géneros multimedia. Redacción ciberperiodística, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, generación de contenidos para la web. Radio, prensa y televisión online.	9no	160	Unidad Titulación	Praxis Profesional

Fuente: Montenegro, Estévez, Coronado (2014)

En el proceso de construcción del rediseño de la carrera de Comunicación fue evidente la necesidad de avalar la relación existente entre, las tecnologías que se aplicarán en el nuevo proceso de enseñanza y aprendizaje y los problemas de la realidad que resolverá la profesión en la Zona 1 del Ecuador, como se detalla en la tabla 3.

Tabla 3. Tecnologías vinculadas a los problemas

Tecnologías	Problemas que resolverá la profesión
<ul style="list-style-type: none"> Recursos multimedia para medios online Web 2.0 	Desequilibrio entre la teoría y la práctica.
<ul style="list-style-type: none"> Bibliotecas virtuales E-books Aplicaciones móviles para lenguaje y comunicación Plantillas web TAC 	Comunicación ineficaz.
<ul style="list-style-type: none"> Repositorios digitales Periódico online Bases de revistas científicas online Plantillas web, redes sociales académicas Web 3.0 	Escasa divulgación científica.
<ul style="list-style-type: none"> Redes sociales Blogs Radio online 	Desarticulación entre la academia y la colectividad.
Observatorio virtual de medios Periódico online	Contenidos mediáticos con enfoque de derechos humanos y de inclusión tratados de modo superficial.
Redes sociales Blogs	Escasa formación interdisciplinaria, transdisciplinaria y multidisciplinaria.
Tecnología streaming Redes sociales	Deficiente promoción de espacios de inclusión e interculturalidad.

Radio online Periódico online Redes sociales Blogs	Acceso limitado para difusión de la opinión ciudadana, mediante los diferentes soportes de comunicación masiva.
Recursos multimedia para medios online. Web 2.0 Software para edición de radio, video. Paquete Cs6 Software para diagramación	Profesionales con diferente perfil de un comunicador ocupan los ámbitos inherentes a la comunicación.
Intranet Recursos multimedia	Inexistencia de políticas y estructuras de comunicación organizacional en la Zona 1.
Web 2.0 Radio online Periódico online Redes sociales Blogs	Brecha digital entre quienes tienen y no acceso a las TIC.

Fuente: Montenegro, Estévez, Coronado (2014)

Además, dentro de la malla curricular, las TIC cuentan con un itinerario académico, que según refiere el Reglamento de Régimen Académico en el artículo 56:

Son trayectorias de aprendizaje que complementan y/o profundizan la formación profesional mediante la agrupación secuencial de asignaturas, cursos, o sus equivalentes, en los siguientes ámbitos: a) campos de estudio e intervención de la profesión; b) multidisciplinarios; c) multiprofesionales; d) interculturales; y, e) investigativos. (CES, 2016, p.30)

De tal forma que la valoración de la tecnología en el proceso de enseñanza y aprendizaje del nuevo comunicador para el norte del Ecuador, está más que expuesta. El itinerario está planteado, así: Comunicación y Recursos Multimedia, Comunicación Digital, y Producción para Medios Digitales. Estos atenderán los requerimientos del CES y permitirán a los estudiantes movilizarse dentro o a otra Institución de Educación Superior (IES).

Como se evidencia, las TIC, así como el periodismo transmediático son un componente fundamental en la formación integral de los comunicadores de la PUCE-SI, por tanto, el componente curricular y las tendencias tecnológicas están evidentemente asociadas al perfil profesional que la Zona 1 del Ecuador requiere para acortar la brecha digital que en la actualidad existe.

Finalmente, el currículo de la carrera de Comunicación avala la formación de un profesional poseedor de competencias inherentes a las nuevas tendencias de la narrativa transmediática como refiere su misión:

Formar integralmente comunicadores con sólidas bases teóricas, técnicas, investigativas y tecnológicas, competentes en principios éticos y cristianos, capaces de analizar, planificar, gestionar, investigar, evaluar procesos comunicacionales y diseñar contenidos para distintos soportes, que promuevan el bien común en la Zona 1 del país. (ECOMS, 2015)

CONCLUSIONES

- La nueva orientación de la educación superior, en el mundo y particularmente en Ecuador, ha incidido en nuevas formas de abordar el proceso de enseñanza y aprendizaje de la comunicación. El contexto actual exige el dominio de competencias que se acoplen a la era digital y que converjan en la sociedad de la información y el conocimiento.

- La Zona 1 del Ecuador, conformada por las provincias de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos reúne a los estudiantes de comunicación en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra puesto que es la única que oferta dicha titulación, de modo presencial, en esta parte del país. En el campus universitario antes referido, se encuentra en vigencia una carrera rediseñada de acuerdo a las exigencias de la educación mediática.
- Los nuevos paradigmas de la educación, la información y la tecnología abarcan un proceso formativo distinto en el campo de la comunicación. Las narrativas transmedia son un discurso mediático que se ajusta a la necesidad de información actual, lo cual encierra el ajuste y dominio de recursos técnicos para la construcción de mensajes efectivos en distintos formatos.
- En Ecuador se registran los primeros pasos direccionados hacia el estudio y aplicación de las nuevas narrativas transmedia como un eje necesario dentro de la adaptación de los cibermedios, por ello se han convertido en una tendencia actual, pese a que países de Europa e incluso Latinoamérica lleven una posición adelantada al respecto.
- La Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra potencia el estudio de las TIC. Dentro de la malla curricular de la carrera de Comunicación destacan las cátedras: Estrategias y Nuevas Tecnologías, Comunicación y Recursos Multimedia, Comunicación Digital y Producción para Medios Digitales, que suman 560 horas en la formación académica de los estudiantes universitarios.
- Los resultados de la investigación de campo dan muestra que posibles empleadores de los nuevos profesionales de la comunicación en la Zona norte de Ecuador requieren comunicadores capaces de gestionar y producir mensajes aplicados a las exigencias de la web 2.0, con dominio en el uso de nuevas plataformas que trasciendan en la agenda mediática.
- La legislación vigente requiere una perspectiva distinta de formación universitaria, y así aparecen los llamados "itinerarios académicos" cuyo trasfondo permite integrar el aprendizaje profesional mediante la unión secuencial de asignaturas que se pueden cursar o no dentro de la misma universidad. La malla curricular de la carrera contiene uno relacionado a la comunicación digital y transmedia.
- La teoría conectivista del aprendizaje plantea un modelo que se aleja del conocido conductivismo y constructivismo, pues abarca el trabajo en red de forma colaborativa con el aporte sustancial de la tecnología que precisamente permite un constante flujo de información en donde las TIC actúan como mediadoras y facilitan la interactividad entre docentes y alumnos.
- El acercamiento epistemológico a las narrativas transmedia refuerza el estudio del ciberperiodismo, desde una mirada mediatizada, que a través del uso de distintas plataformas y de manera independiente pueden contar una realidad concreta. Todo ello incide en el cambio sustancial en la producción, distribución y consumo de historias.
- Estudios recientes también dan muestra de la aplicación de la narrativa transmediática en el campo de la educación para reforzar el sistema de enseñanza y aprendizaje en los alumnos, con el afán de facilitar un entorno virtual mucho más cercano al contexto. Asimismo, mediante esta estrategia despiertan el interés sobre un nuevo discurso pedagógico ligado a una metodología complementaria capaz de influir en la asimilación de nuevos contenidos.

Bibliografía

- Baelo, R., & Cantón, I. (2009). Las tecnologías de la información y la comunicación en la educación superior. *Revista Iberoamericana de Educación*, 1-12.
- Belloch, C. (2012). *Las tecnologías de la información y la comunicación en el aprendizaje*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Buitrago, A., Navarro, E., & García, A. (2015). *La educación mediática y los profesionales de la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Consejo de Educación Superior. (2016). *Reglamento de Régimen Académico*. Quito.
- Díaz, N., & Salaverría, R. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Grupo Planeta.
- ECOMS. (2015). *Rediseño de la Carrera de Comunicación*. Ibarra.
- EDUAREA'S BLOG *Nuevas Tecnologías: La Empresa y los Medios de la Comunicación Social*. (19 de marzo de 2014). Obtenido de EDUAREA'S: <https://eduarea.wordpress.com/2014/03/19/que-es-el-conectivismo-teoria-del-aprendizaje-para-la-era-digital/>
- Grandio-Pérez, M. d. (2015). El transmedia en la enseñanza universitaria: Análisis de las asignaturas de educación mediática en España. *Redalyc*, 85-104.
- Irala Hortál, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12.
- Jódar, J. Á. (2009). La Era Digital: Nuevos Medios, Nuevos Usuarios y Nuevos Profesionales. *Razón y Palabra*, 1-11.
- Larrea, E. (2013). *El currículo de la educación superior desde la complejidad sistémica*.
- Latuff, L., & Nackhoul, S. (2010). *La Comunicación Digital en la Sociedad del Conocimiento*. Carabobo: Universidad Arturo Michelena.
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next*. O'Reilly Media.
- Osorio, M. Á. (2015). Aplicación de la narrativa transmedia en la enseñanza universitaria en España: Aprendizaje colaborativo, multiplataforma y multiformato. *Revista Internacional de Tecnología, Conocimiento y Sociedad*, 17.
- Scolari A., C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deuto.
- Vargas, E. (7 de marzo de 2016). *Clasesdeperiodismo.Com*. Obtenido de Clasesdeperiodismo.com: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/12/13/el-periodista-hoy-debe-pensar-en-multiples-pantallas-soportes-y-dispositivos/>

Crítica formativa y metodológica en el periodismo narrativo. ¿Es posible un nuevo contexto?

Msc. Yalitzatherly Ramos Gil

ytramos@pucesi.edu.ec

Actualmente, docente de la escuela de Comunicación Social (ECOMS) de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Ibarra. (PUCE-SI). Más de diez años de experiencia docente, investigación, proyectos y gestión administrativa. Coordinadora de proyectos de investigación a través del Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología. Participación en el programa de estímulo a la investigación (PEI) del FONACIT 2011-2013. Participación en el Observatorio Nacional de Ciencia y Tecnología (ONTIC). Participación en el programa del profesor investigador (PPI). Coordinadora de la unidad integradora de Proyectos comunitarios del programa de formación de grado de comunicación social

Resumen

La intención de esta investigación es argumentar los constantes cambios en los cuales podrían someterse las escuelas de comunicación social a lo interno y externo de sus estructuras. Para ello, se considera importante la revisión teórica y literaria de lo que se entiende por periodismo narrativo en estos tiempos de cambios vertiginosos. Esta aproximación, es redirigida desde la crítica argumentativa y deliberada sobre la metodología que aplican las escuelas de comunicación. La transcendencia de esta investigación conlleva a reflexionar que existe una limitación de calidad para un nuevo contexto hacia la contingencialidad en el periodismo, alcance susceptible de ser transformado por la "autonomización del conocimiento". Como resultado, existe un quiebre, tanto del perfil del docente que versa sobre la profesionalización como factor de influencia en el aprendizaje y motivación, así como del perfil del estudiante en la búsqueda de las nuevas demandas sociales.

Palabras claves: periodismo, formación, metodología, contexto, perfil.

Introducción

La formación académica del estudiante en la carrera de comunicación social, debe ser de carácter innovador, con elevados estándares de calidad educativa. Todas las escuelas, deben superar lo que suscribe Márquez¹⁵⁶ "que estos atentados éticos obedecen a una noción intrépida del oficio" Por lo tanto, el papel de las escuelas, facultades, centros e instituciones latinoamericanas que se comprometen en formar profesionales en la disciplina de la comunicación, deben considerar que la formación educativa debe estar en tono con las prácticas discursivas de la realidad ciudadana del siglo XXI. Los temas disciplinares, en especial el de la comunicación y el periodismo, trae consigo el papel actual de las universidades, las cuales deben buscar los atractivos emergentes en planes y programas curriculares flexibles.

Una mirada atrás en las investigaciones.

Atendiendo a las consideraciones anteriores, se parte de que el mapa integral de la enseñanza de comunicación en América Latina y el Caribe, realizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social a través del informe sobre las Experiencias de Acreditación en Comunicación Social desarrolladas e implementadas hasta la fecha en Latinoamérica, genera (Felafacs: 2009) "Una demanda apremiante de periodistas y comunicadores con un alto nivel de formación". En el cual se requiere cada vez más responder al momento presente y resarcir las deudas de la historia, ya que, sin duda, las universidades son las únicas que durante siglos tienen la labor sagrada de titular la especialización y el conocimiento.

156 ¹ Gabriel García Márquez. Premio Nobel de literatura en 1982. El mejor oficio del mundo. Discurso leído el 7 de octubre de 1992. En la 52 Asamblea presentada en la Sociedad Interamericana de Prensa.

Según López, Pereira & Hernández (2006) "Las facultades de Comunicación Social en América Latina deberían plantearse un nuevo reto: reflexionar, o bien recapacitar, sobre su estructura y planes de estudios, para poder enfrentarse a la creciente demanda de la tecnología digital." (P. 2). Sin embargo, a esto dice Pineda (2003) que... "desde la primera mitad de los noventa, en la mayoría de los centros de formación universitaria de América Latina (Brasil, México; Argentina, Chile, Colombia, Venezuela, Costa Rica, Ecuador, Bolivia) se implementaron procesos de evaluación académica" (P. 93) que abarcaron muchos objetivos, entre ellos, perfiles profesionales deseados y los tipos de investigación que se deseaban realizar.

Repensar la formación de los estudiantes en las escuelas de comunicación social, requería de las herramientas básicas de la disciplina, el olfato del comunicador, el arte del profesional, la comprensión de la emergencia epistémica y, sobre todo, la aceptación plausible y flexible de incurrir en los cambios curriculares. Si bien es cierto, la comunicación contrajo grandes debates en el enfoque tecnológico, también quedó deficiente en la condición formativa. La investigación y la manera de contar su propia historia como la voz oficial de la academia fue parte de la inconsistencia curricular.

Hace diez años, Pineda (2006) realizó un estudio indagando los siguientes aspectos:

- Los modos de investigación de la comunicación prevaletidos en América Latina y
- Las perspectivas a futuro para precisar hacia dónde se iba, qué era lo deseable y lo posible en el campo de la investigación de la comunicación regional.

De ese estudio realizado hace diez años, se puede interpretar que los resultados analizados desde hace veinte años, no están desvinculados en la carrera de hoy. Las conclusiones a las que se llegó en ese trabajo se circunscribieron, en que era necesario abordar la carrera en el área de la investigación con una metodología nutrida y fundamentada. Hasta ese momento, los enfoques pertenecían a un catálogo de disciplinas de las ciencias sociales. El uso de metodologías pertenecía a otras áreas del saber científico. Los métodos en las escuelas de comunicación social, no se habían constituido de una forma autónoma sino se compartían desde otras disciplinas de las Ciencias Sociales.

Evidentemente, Pineda (2006) las carreras de comunicación social en América Latina presentaron debilidades comunes como la manera de ver, pensar, contar y escribir. Desde luego, abordaron las investigaciones con mayor énfasis en la semántica, lingüística, pragmática, semiótica, antropología y etnografía; enfatizando que la inexistencia de otras interrogantes como la neurolingüística, psicolingüística, las ciencias informáticas e ingeniería de sistemas, entre otras, no estaban del todo determinadas en la contribución a la comunicación social.

Dentro de este estudio se destacaron siete conclusiones relevantes, de los cuales para el interés de esta investigación se tomarán seis que serán discernidas a manera de reflexión. de (Pineda 2006, p. 10-11). Estas conclusiones fueron:

1. La práctica profesional de la comunicación social y el periodismo, hacia procesos de significación social.
2. Las metodologías, la visión del investigador y los cambios de perspectivas en la investigación de la que permitan producir un conocimiento comprensivo y explicativo de la realidad social.
3. Los campos emergentes en la comunicación social obligan a la experimentación metodológica como vía para poder combinar creativamente enfoques cuantitativos, cualitativos, teóricos y empíricos de manera que sea posible un conocimiento más integral de lo que es la comunicación hoy y a futuro.
4. Para que sea posible la formación de investigadores en términos de lo deseable en América Latina, se deben desarrollar muchos esfuerzos institucionales en el interior de las academias.
5. Hace falta una política de publicación de lo investigado en las Facultades y Escuelas.

Favorecer el enriquecimiento teórico y metodológico de la comunicación social y humana.

Como se puede inferir, las facultades y escuela de comunicación social en América Latina, no sellaron la condición investigadora y la metodología como aspecto clave para el cambio. Mucho menos las voces que pudieran contar de manera legítima el arte del oficio y la ciencia de la comunicación. Una cuestión que debió mirarse más allá de lo mass-mediático.

Por lo tanto, las escuelas y facultades debieron obligarse a una constante reflexión metodológica que reafirmara los cambios al contar las historias investigadas. Los nuevos modos de la comunicación globalizada y tecnológica, las nuevas maneras de comprender y entender la comunicación humana y las innovaciones de la ciencia de la comunicación fueron también el antecedente y las bases de los movimientos de la comunicación popular o alternativa como herramienta metodológica contra la comunicación dominante, el poder y las clases. Esta nueva forma de pensar no sustituyó la comunicación social como lo hizo la modernidad con las escuelas de periodismo. Esta vez, se dividió la teoría y la práctica comunicativa. La creatividad, la práctica, la metodología y la investigación, no unificaron y sustanciaron la comunicación social.

Atendiendo a la complejidad de esos antecedentes, se demuestra cómo de manera omisa y confusa pasó el entendimiento de la investigación en las escuelas y facultades de comunicación social en América Latina, por lo que no fue difícil pensar que las mallas curriculares y la formación docente tampoco estuvieran en la vanguardia requerida desde el punto de vista de la unificación. En primer lugar, la propia estructura de las mallas curriculares que incluía los géneros, el oficio del periodismo, las técnicas narrativas y el empirismo no cuajaron en un solo sentido investigativo. Para la década de los 80, se discutieron en muchos espacios la tesis entre ser un periodista y un comunicador. Debate que favoreció a la comunicación como columna vertebral y apertura del conocimiento. El periodista y el periodismo, por el contrario, se vieron como una fuente axiológica y taxonómica que evolucionó al campo de la comunicación desde la academia universitaria. "La creación... de las escuelas de periodismo fue una reacción escolástica contra el hecho cumplido de que el oficio carecía de respaldo académico... "Ahora ya no son sólo para la prensa escrita sino para todos los medios inventados y por inventar." (Márquez, 1996 s/p).

Es otras palabras, para Márquez, tal expansión fue una cierta desvinculación de la realidad en América Latina, ya que desde el siglo XV, las nuevas disciplinas en las ciencias de la comunicación de alguna manera cercenaban dos condiciones importantes: la creatividad y la práctica. Estas condiciones mencionadas por el autor, son actualmente, la base del espíritu investigativo, sin ellas, es imposible desarrollar y dar licencia a una comunicación creíble, certera, fidedigna y transformadora. Aunado a este cuestionamiento formativo, la comunicación como ciencia indicaba tres aspectos relativos a la investigación.

- La tecnología
- La técnica
- El método.

Aseguran López et al (2009), que a pesar que en América Latina las escuelas de comunicación social están nutridas en amplios e interesantes programas de estudios orientados hacia modelos humanísticas y culturistas de la comunicación social, es necesario un perfil profesional que dé respuesta al futuro inmediato.

La formación y perfil deberían estar a la par con las nuevas tecnologías. "con la pretensión que los estudiantes se capaciten con el instrumental básico para interactuar en la sociedad de la información, y su expresión más avanzada en la sociedad del conocimiento." Por lo que los autores recomiendan "enfrentar la creciente demanda de la tecnología digital" (López et al2009).

A pesar que Argentina fundó su primera escuela en el año 1901, seguido, de Brazil, el recorrido histórico fundacional contribuyó a intentos de escolarizar y formar escuelas que coadyuvaran con la práctica del oficio y la disciplina. Las escuelas se masificaron incorporando las mallas curriculares, que permitieron la organización y colocación de las asignaturas presentadas por parte de cada escuela y facultad, actuando así desde una visión pedagógica como sinónimos de plan de estudio y disciplina. Por lo tanto, la visión tradicional no se

separó del enfoque educativo pedagógico en todas sus expresiones.

Ya desde 1976, el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (CONEICC) agrupaba estudios para el desarrollo de la comunicación manifestando un elevado nivel en las investigaciones y estudios de comunicación. Las múltiples maneras de contar los hechos y la historia del presente no estuvieron consideradas como parte del cambio curricular. Para ello se necesitaba de la aceptación transdisciplinaria como un conjunto de datos probable de la ciencia. Desde que fue creada la FELAFACS en el año 1981, se han ido incorporando escuelas y centros de comunicación en la enseñanza y práctica profesional. Conformando actualmente, la existencia de 258 escuelas de 23 países de América Latina y otras regiones. Las cuales posibilitan la precisión de datos cuantitativos en la formación y conformación de escuelas.

Según (Felafacs, 2009) un estudio realizado en el año 2009, sobre las Experiencias de Acreditación en Comunicación Social desarrolladas e implementadas hasta esa fecha en Latinoamérica, documentó una "perspectiva regional del estado actual de la formación de comunicadores y periodistas". El informe reportó un registro de centros y programas de formación de comunicadores y periodistas de América Latina. Se identificaron las facultades, escuelas, institutos de comunicación y centros de formación no universitarios, así como los programas que éstos ofrecían en cada uno de los países. Los datos se trabajaron en coordinación con los Ministerios de Educación y otras entidades de cada país encuestado.

La investigación que fue auspiciada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) complementó una base de datos de los centros identificados con sus características principales, la recopilación de información sobre las instituciones y los programas educativos. Allí se tomaron como referencia los criterios e indicadores desarrollados por la Unesco, y una perspectiva regional en relación con la calidad de la enseñanza, la demanda y la oferta y estudios universitarios y no universitarios de las carreras de comunicación social. Dicho estudio demostró a grandes rasgos, dos grandes aproximaciones contrapuestas. Una de ellas, es que la comunicación no tendría ni objeto de estudio ni métodos de indagación propios.

Llama la atención que resulta poco frecuente que los centros de enseñanza conozcan a cabalidad las demandas del mercado, los intereses académicos de los estudiantes, y que logren actualizar sus planes curriculares acorde a ello. Más bien, lo que pareciera existir es una fuerte competencia entre centros de enseñanza de diversa calidad educativa, preferentemente en los niveles de pregrado y maestrías, ya que resulta escasa la oferta educativa de doctorados en comunicación y periodismo en Latinoamérica. (Felafacs, 2009, p.13).

La otra aproximación teórica en América Latina, demostró que las investigaciones están un paso atrás para asegurar el futuro a mediano y largo plazo. La formación académica y el currículum, es desigualdad y de baja calidad educativa, ya que en toda la región (norte, sur, centro y caribe) "La oferta laboral para egresados de comunicación y periodismo parece ser bastante diferenciada por regiones y países" (Felafacs, 2009, p.15).

La manera de comprender la comunicación actual para despertar el periodismo perdido y dormido en el currículo es también una odisea comunicativa. Las escuelas y facultades de comunicación social en América Latina no terminan por contar su propia historia.

De cualquier manera, estas implicaciones contribuyen a distanciar la doble manera de contar la historia. ... "No se terminan de aprovechar los recursos de la web para potenciar los contenidos y transformar las versiones electrónicas en plataformas de mayor relevancia informativa". (Rodríguez & Albalad 2012, P.42). La historia de la comunicación como herramienta social de la academia y la investigación en el campo de la comunicación que responde a la memoria del periodismo narrativo. Investigar la historia es también un aporte de las nuevas tecnologías que no terminan desde el punto de vista de la idea asumir la metodología y la técnica como aporte formativo en la sociedad de la información. Estar informado no significa saber contar e investigar, esta premisa requiere de nuevos actores en el perfil tanto del docente como del estudiante que se forma y egresa. El internet y las nuevas tecnologías deben ser entendida como la mayor alianza curricular.

Planes curriculares y planes de formación

Según el diccionario etimológico de la lengua española, la palabra currículum es de origen latín y etimológicamente significa recorrido, carrera, conjunto de estudios, de lo que está sucediendo. Repensar su origen, propósito y reorientar la concepción del currículo universitario, es quizás uno de los más debatidos temas en la educación universitaria, ya que normalmente constituye el objeto de análisis, dentro de los problemas pedagógico-didácticos, a los cuales se deben enfrentar los expertos universitario del siglo XXI.

Actualmente, se busca una demanda en la educación universitaria que exprese la superación de los enfoques de la universidad tradicional y las ideas de la universidad medieval.

La pretensión es un desafío en el ámbito de una sociedad tecnológica, globalizada, informatizada y sometida a una constante crisis paradigmática de enfoques reduccionistas.

Hoy más que nunca, en los pensum curriculares de las escuelas de comunicación social, la crisis del papel, la era ecológica y el cuidado al medio ambiente, implica pensar en estrategias que se sumen a acciones concretas, en este sentido, hacer investigaciones que acerquen las plataformas digitales en la experiencia docente y la formación del estudiante y la participación interactiva de otros actores recoge la esencia humana de un buen comunicador. Como afirma Boynton (como se citó en Rodríguez, 2011), "el periodismo narrativo puede ser una alternativa, porque contar buenas historias sigue siendo la esencia del oficio".

De acuerdo al Documento Nacional Venezolano (2010), de la VII reunión del currículo y el II Congreso Internacional de calidad e innovación en la educación superior, realizado a través de la Comisión Nacional del Currículo de ese año, se especifica que el impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) en la sociedad y en la educación, es tan significativo e imbricado que requiere una discusión profunda y permanente. Acerca de la naturaleza de la enseñanza el aumento de los lectores, en las redes sociales es avasallante, sin embargo, la demanda de contenidos creativos, rigurosos y de alta calidad requiere en alzar los niveles de formación desde un buen comunicador. La industria cultural y los medios de información requieren del mercado productos innovadores, y de fácil y económico acceso.

A lo que se afirma que "... se ha ido produciendo ante nuestros ojos, el proceso de convergencia tecnológica de manera transparente y con un gran impacto en el desarrollo de nuestras vidas y nuestras profesiones..." Por lo que argumentan que:

Esta nueva sociedad demanda nuevos trabajadores, nuevos consumidores, nuevos ciudadanos y organizaciones, asimismo, un nuevo marco institucional que facilite los intercambios entre todos. Para dar las respuestas educativas a estas demandas, se requieren propuestas curriculares acordes con el escenario que las promueve; ello quiere decir, abiertas, flexibles, transparentes, modificables, centradas en la cooperación, entre otros.

Esta comisión, enfatiza que:

Las propuestas curriculares deben orientarse a formar a los estudiantes como usuarios inteligentes de la información, ello implica manejarla adecuadamente a fin de sacar provecho a los diferentes sistemas de organización de la misma, a interpretarla, reinterpretarla y hacer uso de ella para la producción de conocimiento. Deben sacar provecho de las redes, lo que significa aprender a trabajar interconectado, con diversidad de grupos, conformando entornos inteligentes de producción y distribución de información para hacerla accesible a todos y rápidamente transferible a la sociedad.

Cabe destacar, que es necesario emerger con la facilidad que amerita cada caso, de superar todas las barreras de un diseño curricular, por lo que se espera avanzar más allá de los arquetipos tradicionales de la organización disciplinaria.

Contar las historias: universidades latinoamericanas

Para Tünnermann (2003) El desarrollo histórico pesó mucho con la concepción de la universidad actual. La universidad latinoamericana constituyó un espacio natural donde convergieron la libertad académica y la responsabilidad social. Un antecedente importante fue el papel que jugó la universidad colonial, la republicana, la napoleónica, la reformada y la moderna. Todas sustentaron préstamos intelectuales que abrieron el camino a otra forma de dependencia cultural. Pues la universidad y la sociedad marchaban sin contradecirse en una trama tradicional heredada.

Si se hubiese comprendido la importancia transdisciplinaria de los saberes, las universidades estarían con innovadoras formulas de la disciplina y la historia del periodismo. Se contaría bajo un código semiótico diferente. No existiría el vacío académico de hoy ni el mercado desearía el cambio de paradigma.

De ahí que Ribeiro en Tünnermann (2003) dice que “no existe una universidad genuinamente latinoamericana, como no existe tampoco una América Latina unitaria en su conformación sociocultural”. Considera que los desafíos pasan por elaborar un nuevo modelo teórico de universidad y revertir su papel tradicional. Es contrarrestar las influencias externas codificadas en la réplica y mecánica de las gestiones y administraciones burocráticas visibilizadas en los reclamos y presiones que en parte son los reflejos sociales desgastados.

En cuanto a su extensión en el tiempo, la historia y narrativa universitaria es una herencia generacional producto de la organización del esfuerzo y razonamiento humano. Estos *universitas* han construido y reproducido modelos de universidades que han sido contados con mundos diferentes. Cuando se establecieron las universidades latinoamericanas fue una especie de comunidad académica ejerciendo un oficio que no era suyo, pues no se miró a sí misma como institución con emergente pensamiento latinoamericano. Sino que la institucionalidad universitaria se abordó con otras necesidades fisonómicas. Restó crédito al pensamiento latinoamericano. Bohoslavsky (2009) indicaría, que “en América Latina, no parece coincidir con la cosa en la imaginación de los latinoamericanos”, ante esto, Sánchez (como se citó en Tünnermann, 2003) definió la fisonomía propia de la Universidad Latinoamericana, en los siguientes rasgos:

1. La pretensión de servir a su pueblo y al Estado, además de la función de formar profesionales y de conservar, transmitir y difundir los conocimientos.
2. Su dependencia de las necesidades públicas, las que trata de enfrentar.
3. La falta de apoyo de parte de las clases adineradas, que la miran con indiferencia cuando no con enemistad.
4. El recelo que provoca en los regímenes políticos en general, y los dictatoriales en particular, por su natural rebeldía.
5. Su esfuerzo por restaurar el clásico concepto de ayuntamiento, convivencia o fraternidad de profesores, graduados y alumnos.
6. El énfasis que pone en la enseñanza teórica, con desmedro del aprendizaje práctico.
7. El burocratismo docente, que trata de corregir con la temporalidad de la cátedra y la carrera docente.

Alcance de la Investigación

De la reflexión a la transcendencia

La reflexión de esta investigación conlleva a trascender que existe una limitación de calidad para un nuevo contexto hacia la contingencialidad en el periodismo, alcance susceptible de ser transformado por la “autonomización del conocimiento”. Replantearse la idea de la universidad pese al extraordinario avance de las

ciencias, las artes, las letras, las humanidades, el desarrollo y la tecnología, no será genuino sino se liberan de consignas poco genuinas. De acuerdo con Tünnermann (2003) se debe provocar un replanteamiento y una reflexión esencial sobre la enseñanza y la investigación en las universidades.

Tal replanteamiento implica desde la enseñanza-aprendizaje que el docente de las escuelas, centros y facultades de comunicación social, posean una actitud humanista ante el hecho Andragógico. Este hecho, es en el que explica en Oriana Fallaci (como se citó en Puerta, 2011), que odiaba la palabra objetividad, que prefería referirse a lo "correcto" y a lo "honesto", porque la visión de la vida y del mundo, la experiencia, la profesión y el oficio, reflejan un conocimiento acabado al margen de la academia, pero abre el entendimiento como un proceso inacabado en el estudiante ante la creatividad y la imaginación para explorar la narrativa de la vida. Dicho de otro modo, la experiencia periodística y comunicacional en el perfil docente es una narrativa en el campo del saber. De la disciplina personal se abren las ventanas del conocimiento. Pero si esta premisa no es nueva *¿Cuál es la diferencia del maestro, docente y profesor de antes que da una clase de periodismo con el personal de hoy?* El periodismo de conciencia transversalizado, es el periodismo narrado desde la esencia del espíritu ante la realidad objetiva de la vida.

El periodismo transversal: conciencia

Ante este escenario, los métodos de investigación, la técnica y la narrativa es el triángulo ético en la base del periodismo. La formación del estudiante es tan importante en la universidad, que en las escuelas de comunicación la práctica constante va más allá de la objetividad, sobre todo a partir de la virtualidad para romper el espacio-tiempo. Es lo que para Puerta (2011) significa los principales fines del periodismo, la transmisión de conocimiento, dejar huella de la sociedad y de la época en la que se escribe. Refiere Hernández (2014) que la técnica de la narración es la esencia de la realidad mediante una identificación con la realidad externa del lector que se da sólo a través de una conciencia crítica.

En este contexto Herrscher (2012), dice que la realidad contada supera muchas veces la ficción, por lo que Puerta (2011) dice que a través de los géneros y la manera de contar la realidad permite desarrollar estructuras narrativas que nutren profundamente los esquemas literarios. En este aspecto, la sociedad de la información se bifurca en la intertualidad y la hipertextualidad. Por ello, Porto, Longi & Ruiz (2012), argumentan que la narrativa transmedia, conocida también como transmedia storytelling, o solo transmediación, tiene sus orígenes enraizados en la intertextualidad, y propone la reconstrucción cognitiva a partir de múltiples plataformas.

Ahora bien, estas técnicas descritas y narradas en nuevas plataformas, implica una sociedad educada, donde las fronteras, se superen en lo concreto, sobre el fundamento de una idea contada. Conocer una realidad humanizada más amplia que abogue en plena conciencia por un mundo compartido. Reflexionar sobre la posibilidad de comprender como convivir con nuevos paradigmas que emergen de y para la ciencia en los escenarios académicos de las escuelas de comunicación social de las diferentes universidades latinoamericanas es una tarea ardua.

Aportaciones teóricas

Periodismo narrativo versus transversalidad académica

En esta sección, se considera importante la revisión teórica y literaria lo que se entiende por periodismo narrativo en estos tiempos de cambios vertiginosos. Esta aproximación, es redirigida desde la crítica argumentativa y deliberada sobre la metodología que aplican las escuelas de comunicación. En esta disertación teórica, es importante destacar la técnica, la tecnología y el método como sinónimo de la investigación.

Las orientaciones curriculares siguen debatiéndose hoy en día en congresos, seminarios, talleres, jornadas y espacios que permitan el debate y la actualización de conocimiento en los contenidos curriculares de planes y programas de formación. Incidiendo e incluyendo aspectos pedagógicos, didácticos y andragógicos que

trastoquen la construcción y educación de una nueva ciudadanía, o nuevos referentes del ser en el mundo globalizado. La Comunicación Social ha sostenido un notable desarrollo en Latinoamérica, retratando así el papel de la Historia en ciencia. La epistemología de la comunicación, la ciencia de la comunicación, la sociedad de la información, la producción del conocimiento, la convergencia transmediática, el periodismo de investigación y el periodismo digital, son algunos saberes disciplinares que se han estudiado desde la academia a través de los planes curriculares como asignaturas que comprenden la modernización de los pensum de estudios.

Todas estas condiciones de ubicuidad constituyen piezas claves de formación, tanto en el que inspira como el maestro-periodista, o el profesor-docente como el estudiante que aprende y a su vez dialoga. En esta búsqueda de integración se necesita de un consenso que sea validado por la academia. Porque a final de cuentas, lo que en cierta manera espera la humanidad Nichols (1997) es la representación de la realidad.

Para contar de cualquier manera, forma y sentido la realidad de una realidad, se necesita de vocación, esta solo puede ser dada y aprendida. Los licenciados en comunicación social, cualquiera sea su mención, estudios y base cultural, los empíricos en el oficio, los narradores natos, los jóvenes voraces en los diferentes tratamientos dentro las nuevas tecnologías y las redes sociales, los periodistas rasos y natos, los docentes pedagogos, los profesores, los facilitadores del conocimiento, son esencialmente una parte de un periodismo transversal. Hasta el presente, todos los esfuerzos se transforman en ejercicios vitales los enfoques actuales y las metodologías utilizadas. Se exige, inicialmente, "construir ambientes de aprendizaje que promuevan la investigación y fomenten la transdisciplinariedad." (Fandiño 2011, Pág 1).

Todas estas perspectivas, recrean nuevos campos en las investigaciones, pero no logran diagnosticar y examinar como *modus propius* la sociedad que se quiere. Sólo se teoriza sobre supuestos y se desdibuja sobre aspectos y elementos contextuales del entorno. De una realidad galopante indefinida. Señala Fandiño (2011: pág 1.), que la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento son intentos por identificar y entender el origen y el alcance de los cambios sociales que se viven actualmente.

A este modo, las críticas a la universidad de hoy residen principalmente en mantener los privilegios de autonomía que no re-categorizan o trastocan la burocracia adherida a la institucionalidad. Por el contrario, la promueve desde sus implicaciones internas administrativas. En tanto que minimiza y agota el conocimiento en trámites y gestiones no conducente a resultados que porcentualmente relativice la realidad de la sociedad, la externalidad de una comunidad dinámica.

Al caso de las facultades y escuelas de comunicación social, plantean para un futuro reformar planes de estudio, donde lo más innovador es el uso y conocimiento de las TIC. Esta preocupación, la expresa López (Et al 2006) al indicar qué en la comunicación digital, las competencias de aprendizaje en lenguajes multimedia, sean asumidas en los nuevos perfiles. Por tanto, los nuevos referentes simbólicos de un lenguaje transmediático y digital recaen también en la necesaria manera de entender en estos tiempos en cómo contar la realidad en múltiples dimensiones.

Un sistema que evoluciona sin educación. Dice Farías (2013, pág 22) "una historia multiforme es una narrativa en que varias versiones pueden ser generadas a partir de la misma representación fundamental, como un sistema narrativo que puede ofrecer diferentes versiones". Importa y por muchas razones, que la técnica, el método y la tecnología adquieran la representación significativa de lo multiforme, echo necesario de contar la realidad desde la educación. En el mundo de hoy, los paradigmas y las perspectivas han estado abrigados desde los tiempos anteriores a la constitución de la universidad medieval.

La idea como formalidad académica iniciada en el Proceso de Bolonia tuvo elementos cruciales considerados hasta hoy. A estos procesos se adhirieron adaptaciones curriculares, las adaptaciones tecnológicas y las reformas financieras necesarias para crear una sociedad del conocimiento. Ritmos que antecedieron desde que muchos científicos e investigadores predijeran otras miradas de entender la fisonomía mundial.

El concepto del desarrollo transfiguró los entornos académicos. Thomas Kuhn mostró la estructura de las revoluciones científicas. En la economía, el desarrollo también mostró otro lado del avance, a ello se le suma el pensamiento de Marshall McLuhan con la declaración del fenómeno de la aldea global, la sociedad en red de Manuel Castell, el fenómeno comunicativo como elemento epistémico de diferentes teorías del conocimiento, y el pensamiento complejo y la transversalidad de Edgar Morin, y más recientemente, por mencionar alguno más, la confirmación de la teoría de las ondas gravitatorias de la teoría general de la relatividad de Albert Einstein.

Resultados de Investigación

El periodismo tetradimensional como nuevo contexto.

Reflexionar sobre la formación de los docentes y los estudiantes de las escuelas de comunicación social de las universidades de Latinoamérica conlleva a ubicarlos en contextos que son inimaginables. Porque la sabiduría del periodista-comunicador precede la academia y el reconocimiento acreditable. La experiencia, la actitud, la vocación, la voluntad, la ciencia, el conocimiento, la investigación, la técnica y por supuesto el entendimiento de la comunicación. Entre muchas cosas más de la vida misma, son rasgos del buen comunicador.

Reflexionar sobre la investigación y las metodologías permite comprender que, en el siglo XXI, las escuelas, centros, facultades están adaptándose a los cambios y preparaciones académicas de manera paulatina, tanto en las carreras que incorporan al pensum nuevas plataformas, asignaturas y elementos de la sociedad de la información como aquellas que sobreviven por la rigurosidad de la pedagogía y el sistema educativo.

Reflexionar sobre el papel de la universidad y los cambios que a lo interno de las escuelas, facultades, centros e institutos de comunicación se dan, es todavía muy incipiente para emprender una carrera más allá de la realidad que representa la inteligencia humana.

Sumado a lo expuesto, pero en circunstancias actuales, se recoge como resultado un nuevo contexto: el periodismo tetradimensional. Significa, que no existe, más allá de la capacidad de ver, sentir, comprender y conocer los distintos lados de la realidad. El periodismo basado en sus fases históricas, recorridas por excelencia, no encontró la unificación e interacción de la relación espacio-tiempo, por ello, adolece en partes, la más significativa, la digital, por ende, el lenguaje multimodal.

Un resultado evidente, es incluso la falta de argumentó sobre la unicidad del tiempo-espacio. Siendo la comunicación multimodal un componente de la tetradimensión. Aunque existe una necesidad de narrar la realidad como columna vertebral del periodismo y la ciencia de la comunicación tanto como disciplina como fenómeno epistémico, en la sociedad del siglo XXI, globalizada, informada y tecnificada, no se han resuelto los dilemas de una profesión que se alimenta de otras, de allí la existencia de un patrón foráneo desde el punto de vista metodológico. Es decir, la realidad se cuenta solo en la dimensión de lo aparente-subjetivo y no de lo claro-existente. En otras palabras, el lenguaje narrativo existente sólo puede contar en parte. Ya sea esta una comunidad tecnificada y alfabetizada, No existe ni un maestro ni un estudiante que pueda contar la realidad sin tiempo-espacio. Por lo tanto, se denota la deficiencia de un nuevo lenguaje multimodal que está desligado de las escuelas y facultades de comunicación en América Latina. Como una insuficiencia académica. La demanda digital también debe afrontar el aumento de lectores. Ahondar en estudiantes, docentes y actores sociales analfabetos en un nuevo lenguaje. El plus multimodal.

Todas estas hipótesis, supuestos y afirmaciones, fueron analizados en perspectivas científicas tanto de la ciencia dura como de las ciencias sociales. Demostrando en muchos casos, que en el área formativa existía una debilidad innata. La creatividad como fuerza de la imaginación. Esta regla, básica en el espíritu humano, no se educó a lo interno de las más grandes escuelas. Cada quién surgía por su genuina brillantez, por el gaje del oficio, o por la voluntad y vocación de emprender.

Se podría afirmar entonces, qué dentro de las universidades, y en especial, a la luz de los grandes inventos y aportes de las universidades latinoamericanas, se constataba que la universidad requerida estaba al borde del abismo, desentendiéndose francamente en materia de educar para la vida en función del propio contexto de la región. Las universidades latinoamericanas reprodujeron la ciencia y el conocimiento. Fue un éxito y una deuda con la voluntad popular que estaba al otro lado de la orilla. Esa otra comunidad fue ese adulto susceptible a facilidad el conocimiento, la experiencia, la sabiduría y la madurez de hacer ciencia desde y para su propia realidad.

Un constante aprender haciendo y desaprender para reaprender. Por lo tanto, fue un quiebre, del individuo y de la sociedad que subsistía de la naturaleza de un ser social. Hoy por hoy, estos hechos versan sobre la profesionalización como factor de influencia en el aprendizaje y motivación, así como del perfil del estudiante en la búsqueda de las nuevas demandas sociales.

Si se toma en cuenta la segunda teoría básica de la física moderna, es decir, la teoría de relatividad de Einstein donde se obliga a pensar en el concepto tridimensional del espacio-tiempo como una forma continua tetradimensional, se manifiesta por su propia esencia teórica, que hace falta afrontar un nivel avanzado de un nuevo lenguaje, ya que es imposible describir un lenguaje ordinario en forma continua. Ante esto, se necesita, cambiar la manera de hacer, aprender de la comunicación y el periodismo.

Conclusiones

En este trabajo se realizan las siguientes conclusiones tomando en cuenta las siguientes áreas: La universidad como institución nodriza para propulsar en el sistema educativo los cambios sociales que acontecen en el entorno y su relación comunidad-sociedad-comunicación- universidad-medios. La formación del estudiante, como el presente-inmediato en la era de la información. La formación y experiencia del docente como el ejemplo y perfil requerido en la concepción del periodismo y la comunicación. El lenguaje necesario como una propuesta complementaria del periodismo narrativo y la comunicación multimodal. Y el periodismo tetradimensional caracterizado por la técnica, el método, la tecnología, la comunicación multimodal, la educación digital y la investigación.

- La Universidad latinoamericana no está redimensionada. La universidad latinoamericana responde a un modelo tradicional que no educa para la vida, sino que forma y prepara para aspectos de la vida. Por lo tanto, la Universidad latinoamericana no ha despejado la brecha del conocimiento lineal. La Universidad no se ha abierto a su propio paradigma latinoamericano orientado a responder a la condición humana contextual y global. Sin préstamos. La Universidad, no educa a lo interno de sus estructuras y normativas como una autocritica, en consecuencia, no se despoja del vicio administrativo y burocrático.
- La formación del estudiante. El estudiante ha sido desestimado en el más mínimo el valor científico y técnico de tal red imaginaria. En las escuelas de comunicación social, el estudiante no ha sido entendido académicamente como un ser óptico del periodismo. Es decir, que reciba una educación interdisciplinaria basada en las plataformas digitales y una comunicación multimodal como relación ajustada en el tiempo-espacio del siglo XXI.
- La formación y experiencia del docente. No existe un perfil docente de campo abierto.
- Esto es un docente fuera del burocratismo catedrático. No existe un docente que obligue a reflexionar metodológicamente sobre los procesos investigativos de la comunicación. El método deviene de la tetradimensión periodística. La experiencia, la actitud, la vocación, la voluntad, la ciencia, el conocimiento, la investigación, la técnica y por supuesto el entendimiento de una comunicación multimodal y epistémica en su propia naturaleza creadora.

- El lenguaje necesario. Las escuelas, centros y facultades latinoamericanas de comunicación, deben asumir la tetradimensión periodística. Este estudio incluye una comunicación multimodal en el proceso de globalización y el papel de los medios como instituciones de socialización; la sociedad de la información, las nuevas tecnologías y los cambios en los procesos de comunicación y en los medios alternativos y masivos. Siendo, la unificación e interacción un hecho natural y no aislado. Siendo éste lenguaje un modo de vida educado y no un proceso de aprendizaje externo.

Referencias bibliográficas

- Bohoslavsky E. (2009) ¿Qué es América Latina? El nombre, la cosa y las complicaciones para hablar de ellos. Taller de Reflexión sobre América Latina, Universidad Nacional de General Sarmiento, Los Polvorines, 15 y 16 de octubre de 2009.
- Documento Nacional (2010). Orientaciones para la transformación curricular universitaria del siglo XXI. Recuperado de www.vracad.usb.ve/sites/default/.../Transformacion_curricular_XXI.doc
- Castell M. (1996). La Era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1 México. Siglo XXI. Recuperado de herzog.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf
- Einstein A. (1953) Teoría General de la Relatividad. Recuperado por www.ugr.es/~bjanssen/text/BertJanssen-RelatividadGeneral.pdf
- Hernández (2014). Narrativas transmediáticas en entornos digitales: la novela hypermedia Inanimate Alice y sus aplicaciones docentes. Cuadernos de Información y Comunicación. Núm. 19.
- Herrscher R. (2012). Periodismo Narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura. Recuperado de www.publicacions.ub.edu/refs/indices/07677.pdf.
- López X. Pereira X & Hernández T (2006). Planes de estudios de comunicación en América Latina. Revista latinoamericana de comunicación. Junio N° 094. PP-4-13.
- Farías P. (2013) Un estudio transnarrativo para los juegos de la colección personatges en joc. Cuadernos de Información y Comunicación. Núm. 19. Pág.22-25.
- Felafacs (2009). Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe.
- Khum T. (2004) La estructura de las revoluciones científicas. Fondo de Cultura Económica. Recuperado de www.conductitlan.net/.../t_s_kuhn_la_estructura_de_las_revoluciones_ci..
- Márquez G. (2003). El mejor oficio del mundo. 52 Asamblea presentada en la Sociedad Interamericana de Prensa. Instituto de Prensa y Sociedad. Los Ángeles, EEUU. Marshall M. (1995) La Aldea Global. Editorial Gedisa. Barcelona España. Nichols, B. (1997): La representación de la realidad. Paidós, Barcelona.
- Fandiño Y. (2011). La educación universitaria en el siglo XXI: de la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento. Revista Iberoamericana de Educación. Vol. 3. N°55.
- Pineda, M. (2003). "Evaluación retrospectiva de la enseñanza e investigación en comunicación. Retos y oportunidades". Revista Opción Vol. 41 PP. 77-94.
- Pineda M. (2006). La investigación de la comunicación en América Latina: Evaluación del estado de la cuestión. Revista Opción. Vol. 22. N°50.
- Porto D, Longi R & Ruiz S. (2012) Diversos géneros en la narrativa transmediática del documental 33. Revista Comunicación, N°10, Vol.1, año 2012, PP.224-235.
- Puerta (2011). El periodismo narrativo* o una manera de dejar huella de una sociedad en una época. Revista Anagramas, Volumen 9, N° 18, pp. 47-60.
- Rodríguez J & Albalad J. (2012). Nuevas ventanas del periodismo narrativo en español: del big bang del boom a los modelos editoriales emergentes. Revista Textual & Visual Media Vol. 5, Pág.287-310.
- Tünnermann C. (2003). La universidad latinoamericana ante los retos del siglo XXI. Colección Dual. Recuperado en www.uchile.cl/.../la-universidad-latinoamericana-ante-los-retos-del-siglo.

La ciencia y tecnología en la prensa escrita ecuatoriana

Lcda. Delia Silvia Peña Hojas, Mgs.

MAGISTER EN GERENCIA EDUCATIVA

Universidad de Guayaquil

Facultad de Comunicación Social

dphojas@hotmail.com

Lcda. Janeth Pilar Díaz Vera, Mgs.

MAGISTER EN EDUCACIÓN INFORMÁTICA

Universidad de Guayaquil

Facultad de Comunicación Social

janethdiazvera@gmail.com

Dr. Guido Moreno Córdova, Mgs.

MAGISTER EN GERENCIA DE SALUD Y DESARROLLO LOCAL

Universidad de Guayaquil

Facultad de Comunicación Social

guimocodr@hotmail.com

RESUMEN

La comunicación de la Ciencia y la Tecnología constituye un ámbito en el que se producen constantemente cambios para la divulgación de la información y el conocimiento que estén al alcance de la sociedad a través de los medios tradicionales (prensa, televisión, cine, radio) y digitales (internet). Este estudio describe las representaciones de la ciencia y tecnología a través de artículos en tres medios de comunicación impresos ecuatorianos de mayor circulación tanto público como privado y cuyo objetivo es determinar en términos comparativos y cuantitativos: el área de conocimiento, origen geográfico, fuente, género e ilustración, como rasgos significativos que caracterizan la producción periodística en estos campos durante el período del 1 al 30 de septiembre del 2015.

Palabras Clave: Ciencia - Tecnología - Medios de comunicación público y privada.

Palavras-chave: Ciência - Tecnologia - Meios de comunicação públicos e privados.

Keywords: Science - Technology - Means of public and private communication.

Introducción

Es relevante enfatizar que los desarrollos científicos y tecnológicos han experimentado un alto crecimiento durante los últimos años, por lo que su divulgación debe realizarse como práctica social en la prensa escrita, para que los lectores se informen de hechos o acontecimientos relacionados con la ciencia y la tecnología y que muchas veces según Alcívar, (2004), ha sido restringido a círculos altamente especializados.

La divulgación científica en Ecuador, en especial en los medios masivos de comunicación no ha sido de interés en los diarios tanto privados como públicos porque la sociedad actual es fundamentalmente de consumo y donde prevalece la publicidad como indicador comercial, por lo que el tema de ciencia y tecnología ha sido abordado solo como difusión de información; pese a que el Gobierno ha implementado en la actualidad políticas para el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Los bajos niveles de divulgación que le prestan los diarios escritos sobre relatos periodísticos con información de las diferentes transformaciones que atraviesan la investigación científica y la innovación tecnológica, se verán en los tres diarios del estudio y que como medios de comunicación deberían ser escenarios de representación social para promover una cultura científica y tecnológica a la sociedad.

El objetivo de esta investigación es determinar y cuantificar el espacio y caracterización de la información que ubican los diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio, referente a la cobertura en artículos con temas de ciencia y tecnología en el periodo comprendido del 1 al 30 de septiembre del 2015.

Para tener una visión clara de los temas a seleccionar de estos diarios matutinos, se debe resaltar que se consideraron todas las secciones que se publican en los tres diarios de lunes a domingo.

Análisis de los resultados

Los estudios hemerográficos fueron realizados mediante la aplicación de técnicas clásicas, principalmente de análisis morfológicos de la prensa escrita.

Como primer paso se procedió a la recopilación de los diarios correspondientes del 1 hasta el 30 de septiembre para hacer una revisión de los textos periodísticos a través de los cuales se divulga la ciencia y la tecnología en la prensa escrita específicamente en los diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio.

Los dos diarios privados tienen un tiraje muy alto y el otro, por ser el único del Estado, con limitada aceptación, y que todos tres llegan a audiencias pertenecientes a estratos sociales diferentes.

Con la información encontrada se realizó el ingreso de los datos y se hizo la representación tabular y gráfica, para su análisis e interpretación.

Para la investigación se tomó como criterio de selección los dos diarios privados de mayor circulación nacional como son el Diario El Universo y El Comercio, y El Telégrafo como el medio de prensa escrita estatal; y de esta manera tener una muestra variada donde la información que entregan no sólo se enmarca en el acontecer nacional sino también internacional.

Artículos de ciencia y la tecnología en los diarios: "El Telégrafo", "El Universo" y "El Comercio"

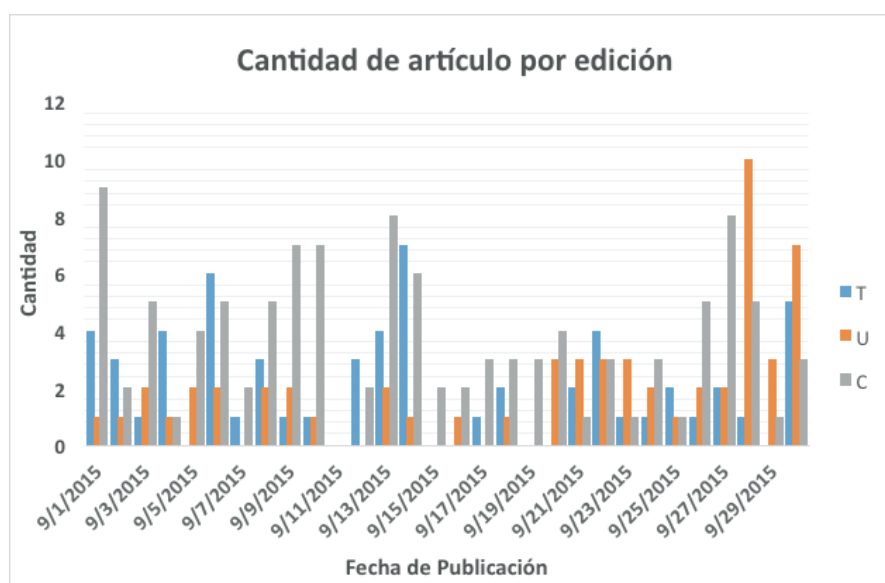
Se tomaron como base para el análisis un número de treinta ejemplares de cada diario, reflejándose un total de 60 artículos con discurso sobre ciencia y tecnología en Diario El Telégrafo, 58 en El Universo y 111 en El Comercio, lo que constituye un promedio de 2 artículos por edición para el diario del Estado, 1.93 para el Universo y 3.7 artículos por edición para los dos diarios privados respectivamente, lo que evidencia una media pequeña en relación a que el desarrollo científico tecnológico se está incrementando en los últimos años.

Tabla N°1: Artículos por edición.

FECHA	T	U	C
1/09/2015	4	1	9
2/09/2015	3	1	2
3/09/2015	1	2	5
4/09/2015	4	1	1
5/09/2015	0	2	4
6/09/2015	6	2	5
7/09/2015	1	0	2
8/09/2015	3	2	5
9/09/2015	1	2	7
10/09/2015	1	1	7
11/09/2015	0	0	0
12/09/2015	3	0	2
13/09/2015	4	2	8
14/09/2015	7	1	6
15/09/2015	0	0	2
16/09/2015	0	1	2
17/09/2015	1	0	3
18/09/2015	2	1	3
19/09/2015	0	0	3
20/09/2015	0	3	4
21/09/2015	2	3	1
22/09/2015	4	3	3
23/09/2015	1	3	1
24/09/2015	1	2	3
25/09/2015	2	1	1
26/09/2015	1	2	5
27/09/2015	2	2	8
28/09/2015	1	10	5
29/09/2015	0	3	1
30/09/2015	5	7	3
TOTAL:	60	58	111

Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

Gráfico N°1: Artículos por edición.



Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

De la muestra correspondiente a los treinta días permite apreciar que no existe homogeneidad en la cantidad de artículos por edición para los tres diarios, notándose que hay días en que se presentan variaciones bruscas de 0 artículos en un día como mínimo y máximo de 10 en los tres diarios. Sin embargo se resalta que por tener un promedio aceptable de artículos por edición en el Comercio hay una presencia poco aceptable de divulgación para la ciencia y tecnología, que permita fomentar la cultura científica en los ciudadanos ecuatorianos.

Áreas del conocimiento por edición

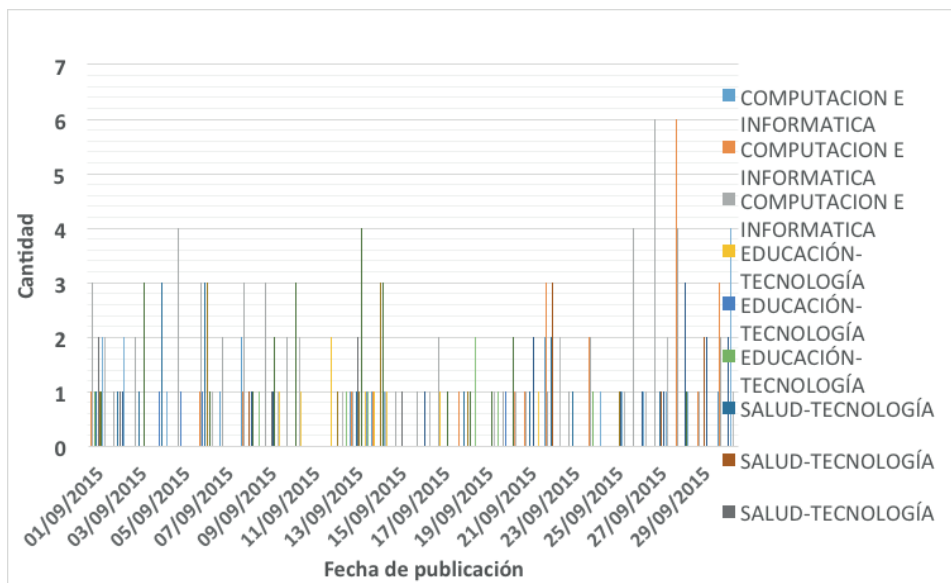
Tabla N°2: Áreas del conocimiento por edición

FECHA	COMPUTACIÓN E INFORMÁTICA			EDUCACIÓN-TECNOLOGÍA			SALUD-TECNOLOGÍA			TELECOMUNICACIONES			MEDIO AMBIENTE			OTROS		
	T	U	C	T	U	C	T	U	C	T	U	C	T	U	C	T	U	C
1/09/2015	0	1	3	0	0	1	1	0	2	1	0	1	2	0	2	0	0	0
2/09/2015	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0
3/09/2015	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	2	3	0	0	0	0	0	0
4/09/2015	0	0	0	0	1	0	3	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
5/09/2015	0	1	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6/09/2015	0	1	3	0	1	0	3	0	0	3	0	1	0	0	1	0	0	0
7/09/2015	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8/09/2015	2	1	3	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1
9/09/2015	0	0	3	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0	0	1	1	0	0

10/09/2015	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	2	1	0	0	
11/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
12/09/2015	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	
13/09/2015	1	1	1	0	0	0	1	0	2	1	0	4	0	0	0	1	1	
14/09/2015	1	1	1	1	0	0	0	0	1	3	0	3	1	0	1	1	0	
15/09/2015	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
16/09/2015	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
17/09/2015	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
18/09/2015	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	
19/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	
20/09/2015	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	
21/09/2015	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	
22/09/2015	2	3	1	0	0	0	2	3	0	0	0	0	0	2	0	0	0	
23/09/2015	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
24/09/2015	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
25/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	
26/09/2015	0	1	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	
27/09/2015	0	1	6	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	2	0	0	
28/09/2015	0	6	4	0	0	0	0	0	0	0	3	1	1	0	0	0	0	
29/09/2015	0	1	1	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	
30/09/2015	1	3	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	1	0	0	
TOTAL	8	26	52	4	4	2	16	7	8	12	19	25	15	1	18	5	1	6

Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

Gráfico N°2: Áreas del conocimiento por edición

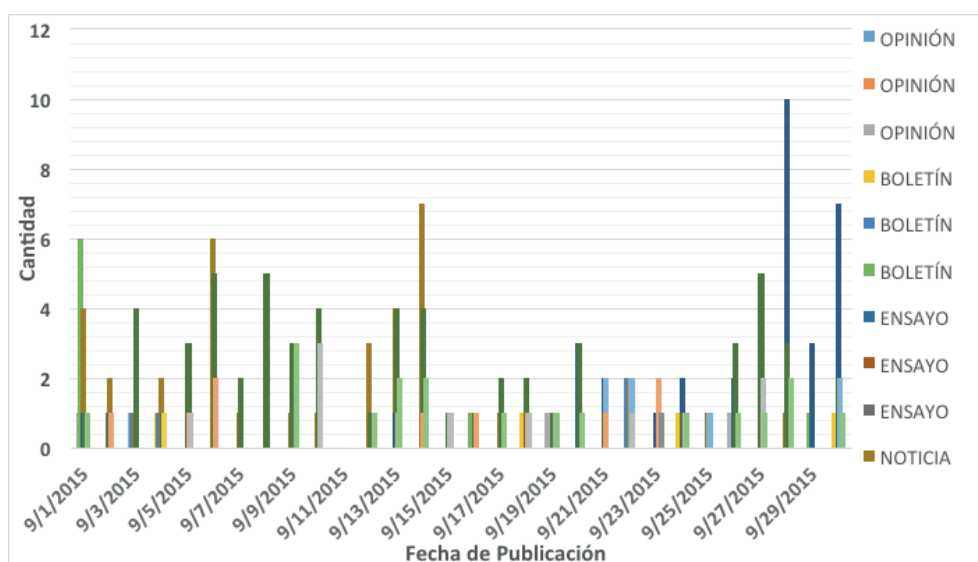


Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

15/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
16/09/2015	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
17/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
18/09/2015	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
19/09/2015	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
20/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
21/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
22/09/2015	0	0	0	0	2	0	0	0	2	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
23/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1
24/09/2015	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
25/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26/09/2015	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
27/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	5	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0
28/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	1	10	3	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
29/09/2015	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30/09/2015	0	0	0	1	0	0	0	0	2	7	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	0	0	4	4	4	8	0	0	3	46	42	66	9	12	11	1	0	18	0	0	1

Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

Gráfico N°4: Géneros periodísticos de los artículos de ciencia y tecnología



Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

Los artículos que se utilizan en mayor medida al momento de divulgar ciencia y tecnología son las noticias (154) y los reportajes (32), que representa en el diario El Comercio el 67% del total de artículos para noticias y 14% para reportaje; lo que evidencia la tendencia hacia este género para difundir información de ciencia y tecnología.

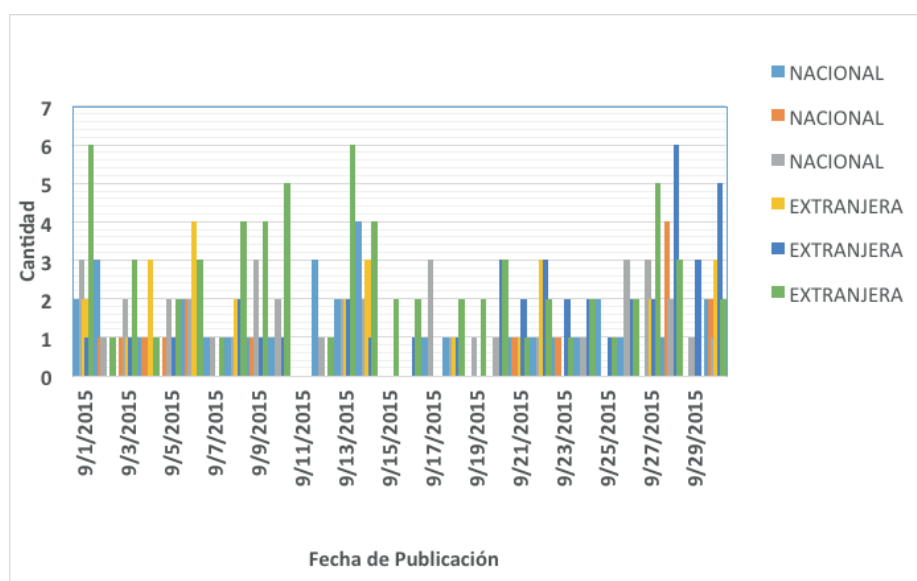
Los comunicadores sociales en estos medios tienen preferencia al tipo textual de noticias porque les permite abordar situaciones, hechos, y descubrimientos que sean sensacionales para la audiencia lectora.

Fuentes de información de los artículos de ciencia y tecnología

Tabla N° 5: Fuente de la información

FECHA	NACIONAL			EXTRANJERA		
	T	U	C	T	U	C
01/09/2015	2	0	3	2	1	6
02/09/2015	3	1	1	0	0	1
03/09/2015	0	1	2	1	1	3
04/09/2015	1	1	0	3	0	1
05/09/2015	0	1	2	0	1	2
06/09/2015	2	2	2	4	0	3
07/09/2015	1	0	1	0	0	1
08/09/2015	1	0	1	2	2	4
09/09/2015	1	1	3	0	1	4
10/09/2015	1	0	2	0	1	5
11/09/2015	0	0	0	0	0	0
12/09/2015	3	0	1	0	0	1
13/09/2015	2	0	2	2	2	6
14/09/2015	4	0	2	3	1	4
15/09/2015	0	0	0	0	0	2
16/09/2015	0	0	0	0	1	2
17/09/2015	1	0	3	0	0	0
18/09/2015	1	0	1	1	1	2
19/09/2015	0	0	1	0	0	2
20/09/2015	0	0	1	0	3	3
21/09/2015	1	1	0	1	2	1
22/09/2015	1	0	1	3	3	2
23/09/2015	1	1	0	0	2	1
24/09/2015	1	0	1	0	2	2
25/09/2015	2	0	0	0	1	1
26/09/2015	1	0	3	0	2	2
27/09/2015	0	0	3	2	2	5
28/09/2015	1	4	2	0	6	3
29/09/2015	0	0	1	0	3	0
30/09/2015	2	2	1	3	5	2
TOTAL:	33	15	40	27	43	71

Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

Gráfico N°5: Fuente de la información

Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

La cobertura periodística cuya fuente es nacional (88) es menor que la extranjera cuya presencia predomina en el resto del continente americano, y europeo, por la marcada influencia de las agencia internacionales de noticias comparadas con las agencias de noticias nacionales que tienen una escasa participación como productoras de información científica. Se denota que los artículos cuya fuente es nacional hay un predominio de texto que es más orientado hacia la difusión de información sobre investigaciones científicas y tecnológicas que a la interpretación de los significados, alcances y límites consecuencias de las mismas.

Tipo de ilustración

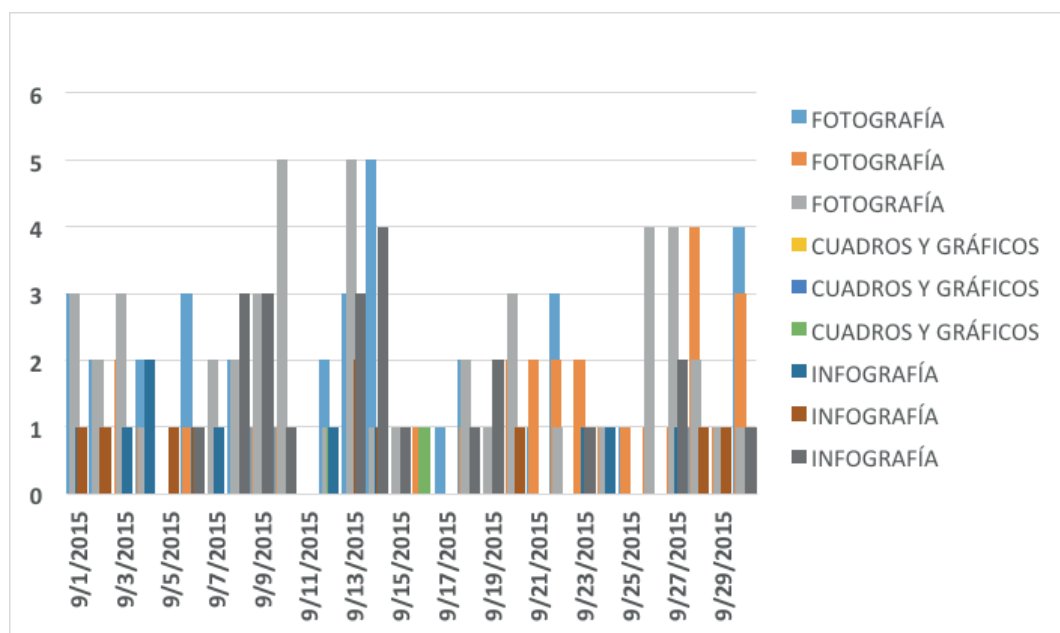
Tabla N° 6: Tipo de ilustración

FECHA	FOTOGRAFÍA			CUADROS GRÁFICOS			Y INFOGRAFÍA		
	T	U	C	T	U	C	T	U	C
01/09/2015	3	0	3	0	0	0	1	1	0
02/09/2015	2	0	2	0	0	0	0	1	0
03/09/2015	0	2	3	0	0	0	1	0	0
04/09/2015	2	1	1	0	0	0	2	0	0
05/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	1	0
06/09/2015	3	1	0	0	0	0	1	1	1
07/09/2015	0	0	2	0	0	0	1	0	0
08/09/2015	2	0	2	0	0	0	0	0	3
09/09/2015	1	1	3	0	0	0	0	0	3
10/09/2015	1	1	5	0	0	0	0	0	1
11/09/2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12/09/2015	2	0	1	0	0	1	1	0	0
13/09/2015	3	0	5	0	0	0	0	2	3
14/09/2015	5	0	1	0	0	0	1	1	4
15/09/2015	0	0	1	0	0	0	0	0	1

16/09/2015	0	1	0	0	0	1	0	0	0
17/09/2015	1	0	0	0	0	0	0	0	0
18/09/2015	2	1	2	0	0	0	0	0	1
19/09/2015	0	0	1	0	0	0	0	0	2
20/09/2015	0	2	3	0	0	0	0	1	0
21/09/2015	1	2	0	0	0	0	0	0	0
22/09/2015	3	2	1	0	0	0	0	0	0
23/09/2015	0	2	0	0	0	0	1	0	1
24/09/2015	0	1	1	0	0	0	1	0	0
25/09/2015	1	1	0	0	0	0	0	0	0
26/09/2015	0	1	4	0	0	0	0	0	0
27/09/2015	0	1	4	0	0	0	1	0	2
28/09/2015	1	4	2	0	0	0	0	1	0
29/09/2015	0	1	1	0	0	0	0	1	0
30/09/2015	4	3	1	0	0	0	0	0	1
TOTAL:	37	28	49	0	0	2	11	10	23

Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

Gráfico N°6: Tipo de ilustración



Fuente: Diarios El Telégrafo, El Universo y El Comercio

Existe un dominio de la fotografía en los contenidos informativos en los diarios junto con el texto de las noticias como se puede evidenciar con un mayor número presente en todos los tres diarios (114) de este estudio, en segundo lugar la infografía (44).

La mayor parte de las fotografías de los temas de ciencia y tecnología son ilustrativas y descriptivas; tomadas especialmente sobre el tema que se sigue, e incluso la fotografía puede funcionar como prueba de lo que se argumenta.

Se denota que no existe representación de tablas y gráficos que den información estadística de los artículos de investigación científica.

Conclusiones

Financiamiento para el desarrollo de la investigación en el país que está incipiente en el Ecuador.

Cada medio tiene su propia estrategia para informar y de cómo establecer sus prioridades informativas.

Los temas de ciencia y tecnología no han conseguido afianzarse en la agenda mediática de manera que ocupen un mayor contenido en los diarios.

El comportamiento de dos diarios de Guayaquil y el de Quito en términos de comparación es diferente por ser el Comercio de Quito es la que maneja mayor número de artículos de ciencia y tecnología.

Los temas de computación e informática como los de telecomunicaciones ocupan mayor cobertura porque están relacionados con las políticas de estado.

Es necesario una política de comunicación que tiende a fortalecer los lazos entre científicos y comunicadores, y que los investigadores se inserten en la comunicación pública.

Bibliografía

- Alcíbar, M. (2004). La divulgación mediática de la ciencia y la tecnología como recontextualización discursiva. *Análisis*, 31: 43-70.
- González García, M. L., López Cerezo, J. A., & Luján López, J. L. (1996). *Ciencia, tecnología y sociedad: Una introducción al estudio social de la ciencia y la tecnología*. Madrid: technos. 324 p. ISBN 84-309-2797-2.
- Igartua, J. J. (2002). *Criterios para el análisis de contenido de noticia en prensa sobre ciencia y tecnología*. Salamanca.
- Cortassa, C. (2008). *Comprensión pública de la ciencia. El papel de las representaciones sociales en la interacción epistémico entre expertos y públicos*. En FECYT, *Resúmenes del Congreso Iberoamericano de ciudadanía y políticas públicas de ciencia y tecnología*. Madrid. P. 132.
- Porrás, D., & Morales, M. (1991). "Divulgación científica o socialización del conocimiento científico". En SOMEDDI-CYT. *Reflexiones sobre divulgación de la Ciencia. Memorias del I Congreso Nacional de Divulgación de la Ciencia*. Michoacán, México.
- Pacheco, M. (2003). *La divulgación de la ciencia en los tiempos de la postmodernidad*. *Revista Ciencias*, 71, 56-64.
- Proyecto Iberoamericano de indicadores de Percepción Pública, Cultura Científica y Participación Ciudadana. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura OEI, Red Iberoamericana de indicadores de Ciencia y Tecnología. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*. Número 5, abril 2003.