

El periodismo en el escenario de la convergencia: interrogantes y desafíos

JOURNALISM IN THE CONVERGENCE SCENARIO: INTERROGANTS AND CHALLENGES

Dra. María Inés Loyola
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba
loyolamariaines@yahoo.com.ar

Dra. Mónica María Viada
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba
monviada@yahoo.com.ar

Dra. Jimena María Massa
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba
jimenamassa@gmail.com

Resumen

Este artículo presenta avances de una investigación que se desarrolla en la Universidad Nacional de Córdoba, que se inscribe en la línea de la ecología de los medios (Scolari, 2013, 2015) y cuyo objeto es el análisis de los nuevos escenarios del periodismo y sus desafíos, tanto para la profesión como para la formación de los nuevos periodistas. En el campo del periodismo, señalan Salaverría y García Avilés (2008), se han modificado los procesos esenciales ligados a la práctica profesional: la búsqueda de la información, su elaboración y difusión, de tal manera que ya no es posible pensar ni la práctica ni la enseñanza con los parámetros del siglo anterior. En esta publicación abordaremos dos conceptos centrales del presente proyecto: convergencia y disrupción y mostraremos los avances en relación a la indagación sobre la práctica profesional, en un diálogo entre periodistas y académicos.

Palabras claves: escenarios comunicacionales; discursos mediáticos; ecosistema mediático; nuevas narrativas; rutinas periodísticas.

Abstract

This article presents advances in research that is being carried out at the National University of Córdoba, which is part of the line of media ecology (Scolari, 2013, 2015) and whose purpose is the analysis of the new scenarios of journalism and its challenges, both for the profession and for the training of new journalists. In the field of journalism, Salaverría and García Avilés (2008) point out, the essential processes linked to professional practice have been modified: the search for information, its preparation and dissemination, so that it is no longer possible to think or practice nor the teaching with the parameters of the previous century. In this publication we will address two

central concepts in this project: convergence and disruption and show the progress in relation to the inquiry into professional practice, in a dialogue between journalists and academics.

Keywords: communication scenarios; media speeches; media ecosystem; new narratives; journalistic routines

Recibido: 25/10/2019 Aceptado: 06/12/2019

Punto de partida

Este artículo se inscribe en el marco del proyecto de investigación *Los nuevos escenarios del periodismo: convergencia, disrupciones, reconfiguraciones y desafíos* (1), que se propone realizar aportes tanto al campo profesional como a la formación de comunicadores en competencias indispensables para los nuevos perfiles profesionales en el escenario mediático contemporáneo.

Si hay algo que caracteriza el campo de los estudios de comunicación es su dinamicidad. Cada etapa histórica, con sus cambios tecnológicos concomitantes, ha contribuido al surgimiento de miradas específicas que permiten comprender el fenómeno comunicacional desde temas y paradigmas de época.

En el campo del periodismo, señalan Salaverría y García Avilés (2008), se han modificado los procesos esenciales ligados a la práctica profesional: la búsqueda de la información, su elaboración y difusión. Las tres etapas del proceso de producción se han transformado de tal manera que ya no es posible pensar ni la práctica ni la enseñanza con los parámetros del siglo anterior.

La investigación se inscribe en la línea de la *ecología de los medios* (Scolari, 2013; 2015) en tanto comprensión del sistema como la integración de variados procesos de la esfera tecno-socio-comunicacional. La ecología de los medios, campo todavía en construcción, presenta un encuadre apropiado dentro del cual debatir las nuevas formas de la comunicación porque involucra varias disciplinas para analizar los fenómenos y los procesos: la comunicación, la gramática, la retórica, la semiótica, la teoría de los sistemas, las artes y la tecnología misma.

Además de la mirada sobre el escenario general, vale detenerse en la relación entre la profesión y la formación. En este sentido, el mundo de la profesión y el de la enseñanza e investigación del periodismo parecen separados. Por ello, se asume el reto de intentar articularlos para acompañar la formación de periodistas en escenarios demandantes de un perfil profesional polivalente, transmediático e innovador que comprenda y produzca contenidos en diferentes lenguajes y soportes. En este proceso, el equipo de investigación se propone recuperar el rol adecuado de una universidad acorde con la época e indagar, sistematizar y analizar experiencias convergentes y disruptivas en el ámbito del periodismo con el objetivo de identificar nuevos perfiles profesionales y elaborar propuestas de formación curricular y extracurricular destinadas tanto a los estudiantes de comunicación como a otros niveles educativos.

Todos estos aspectos llevan a plantear la responsabilidad de la universidad en la formación de los profesionales de la comunicación: ¿de qué manera los diseños curriculares contemplan iniciativas innovadoras en el ejercicio del periodismo?, ¿cómo repensar la responsabilidad profesional en un contexto que implica otras competencias y alfabetizaciones?, ¿cuáles serían las categorías teóricas que den cuenta de este espacio cambiante, con múltiples actores y prácticas?, entre otras problemáticas relevantes.

A partir de estas cuestiones se pretende comprender cómo se presenta el escenario periodístico contemporáneo, cómo se configuran los géneros textuales/discursivos del periodismo, cuáles son sus características y evolución que alteran y dinamizan la práctica tradicional, cuáles son los condicionantes y potencialidades de las nuevas propuestas comunicacionales.

El problema general que orienta la investigación reside en la manera en que se conforman los nuevos escenarios del periodismo, sus rupturas, reconfiguraciones y desafíos, tanto para la profesión como para la formación de los nuevos periodistas.

Ejes teóricos transversales

Desde la irrupción de Internet, se podría arriesgar que, paradójicamente, lo que se ha mantenido constante es el cambio. “El ecosistema de medios está mutando y estamos obligados a comprender esas transformaciones”, afirma Scolari (2015, p. 38). En esta nueva jungla darwiniana, los que han sobrevivido no son los más fuertes sino los que mejor han sabido adaptarse a los cambios.

Dicen Salaverría y García Avilés que en este escenario convergente se requiere del periodista un mayor grado de polivalencia. Por ejemplo, el dominio de la tecnología, la capacidad para el trabajo en equipo, la versatilidad para elaborar contenidos en distintos soportes, entre otras (2008, p. 43). Y remarcan que los procesos esenciales ligados a la práctica periodística se han modificado de manera sustancial: la búsqueda de la información, su elaboración y difusión. En consecuencia, no se puede seguir haciendo lo mismo con recursos, sistemas, entornos, lógicas que son diferentes.

En su libro *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (2008), Jenkins observa un escenario de encuentro de medios: viejos y nuevos medios, populares y corporativos, y también de productores y consumidores en prácticas de interacción “impredecibles” (2008, p.14).

Entiende la convergencia no solo como la integración de tecnologías y redes o como estrategia económica sino también como integración de lenguajes y narrativas que dan origen a otras gramáticas, y como nuevas formas de interacción social. Al respecto, dice:

Con “convergencia” me refiero al flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas. La cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. “Convergencia” es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quiénes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose. (2008, p.14)

Jenkins aborda, de manera concomitante al concepto de convergencia, las ideas de cultura participativa e inteligencia colectiva. Señala que esos tres conceptos deben pensarse de manera relacionada. En esa interacción, en el marco de la cultura de la convergencia, entiende que se ubica la alternativa al poder mediático.

Su propuesta se detiene especialmente en la dimensión cultural de un fenómeno con múltiples aristas. En este sentido, señala que la “convergencia representa un cambio cultural toda vez que se anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos” (2008, p. 15).

Además, ubica en un texto fundante de Ithiel de Sola Pool, *Technologies of Freedom* (1983), las primeras preocupaciones teóricas sobre este fenómeno atado a la innovación tecnológica y a la concentración de los medios. De Sola Pool observaba por entonces la difuminación de límites, el borramiento de fronteras sobre las funciones de los medios tradicionales, específicas para cada uno y reguladas por regímenes propios y con mercados y audiencias específicas.

Ese texto, de extrema actualidad, estaba dando cuenta de las primeras señales de un cambio importante en el escenario mediático impulsado por la revolución digital y por el imperio de los grandes conglomerados. Tales ideas, presentadas en la década de 1980 por De Sola Pool, hoy se encuentran en pleno estudio, con preguntas aún no resueltas relacionadas con un profundo vuelco

en la cultura; una recomposición que muestra las tensiones en la relación entre el público, los productores y los contenidos mediáticos. Al respecto, apunta Jenkins que la cultura de la convergencia implica una transformación en la manera de pensar la relación de los públicos con los medios. Y en este marco de una nueva lógica cultural, señala:

Si los viejos consumidores se suponían pasivos, los nuevos consumidores son activos. Si los viejos consumidores eran predecibles y permanecían donde les decías que se quedasen, los nuevos consumidores son migratorios y muestran una lealtad hacia las cadenas, las redes y los medios. Si los viejos consumidores eran individuos aislados, los nuevos consumidores están más conectados socialmente. Si el trabajo de los consumidores mediáticos fue antaño silencioso e invisible, los nuevos consumidores son hoy ruidosos y públicos. (2008, p. 29)

Y en relación con la constante innovación de los medios, advierte que la convergencia mediática es más que un cambio tecnológico:

La convergencia altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público. La convergencia altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y el entretenimiento los consumidores de los medios... La convergencia no es algo que sucederá un día cuando tengamos suficiente ancho de banda o descubramos la configuración adecuada de los aparatos. Preparados o no, vivimos ya en una cultura de la convergencia. (2008, p. 26)

En definitiva, la actual coyuntura se encuentra con un campo teórico en construcción, un paradigma emergente que debe entenderse como un fenómeno con múltiples dimensiones: empresarial, tecnológica, profesional y de contenidos.

El ámbito del periodismo, así como otros de la escena cultural, es un ejemplo de convergencia: los contenidos multimedia que hoy caracterizan las formas del periodismo son, en el fondo, “una amalgama de los lenguajes explorados durante el siglo XX por los medios impresos y audiovisuales” (Salaverría y García Avilés, 2008, p. 32). A su vez, los contenidos y servicios de ubicuidad son accesibles desde cualquier lugar, contexto y dispositivo; las aplicaciones desplazan a la web y los formatos y géneros tienden a alinearse automáticamente con los dispositivos a medida que el usuario se traslada entre pantallas (Igarza, 2014).

Es decir que la práctica periodística incluye hoy una integración de herramientas, de lenguajes -antes exclusivos de cada medio-, espacios y métodos de trabajo, lo que origina reformas profundas que alcanzan a las estructuras empresariales, a las redacciones, a los procesos de búsqueda, elaboración y distribución de la información y a los perfiles profesionales.

La producción periodística tradicional era (y en algunos casos sigue siendo) lineal, unidireccional y pautada. Sin embargo, los cambios culturales y tecnológicos han incidido fuertemente en los medios de comunicación, obligándolos primero a modificar rutinas y, luego, paulatinamente, a adoptar otras. Se redefinen, entonces, las formas de escribir, de leer, de interpretar, de seleccionar contenidos y fuentes para afrontar una reforma completa: la disrupción.

Muy ligado al concepto de convergencia, aparece el de disrupción, que alude a un cambio rotundo, a una lógica diferente, a un cambio de mentalidad, a arriesgarse a experimentar, a ganar y también a perder; en definitiva, a innovar.

Disruptivo es un término procedente del inglés *-disruptive-* y es utilizado para nombrar a aquello que produce una ruptura brusca. Por lo general, se emplea en un sentido simbólico en referencia a algo que genera una variación muy importante o determinante.

La idea de la disrupción nace en el ámbito de los negocios a partir de una serie de propuestas para análisis del funcionamiento empresarial en el nuevo siglo, del profesor Clayton M. Christensen, de la Escuela de Negocios de Harvard.

Ese análisis es trasladado a los medios en un texto que Christensen realiza junto al periodista canadiense David Skok y que se publica traducido al español en 2012, en la revista Nieman Reports bajo el título “Breaking News. Cómo dominar el arte de la disrupción en el periodismo”. El escrito describe un patrón constante, repetitivo en todo tipo de industrias y que consiste en la irrupción, en el mercado, de nuevos competidores que aprovechan sus bajos márgenes de ganancias para quitar poco a poco clientes a las empresas líderes. En el terreno de los medios, dicha irrupción se relaciona con el avance de las tecnologías que permiten producir y hacer circular contenidos de manera más rápida, personalizada y con menor costo a la que ofrecen los medios tradicionales. En este sentido, Christensen y Skok (2012) afirman que el periodismo es un proceso abierto y fragmentado. Pero, a su vez, este mismo escenario crea nuevas oportunidades para descubrir otras experiencias para las audiencias, reorientar recursos, procesos y prioridades.

Nuevas rutinas, lenguajes y contratos

Las investigaciones sobre la sociología de los medios indagan el modo en que los medios de comunicación producen, configuran y representan la realidad a través de sus productos, principalmente las noticias. Hacen hincapié en el género noticia y en el trabajo del periodista analizando la sistematización de su tarea en rutinas definidas, en actividades reiteradas hasta configurarse como estrategias sostenibles en el tiempo. Actualmente, en términos generales, se detienen en identificar las fortalezas y las oportunidades y en pensar la práctica periodística desde una perspectiva basada en la experimentación.

Las tecnologías, particularmente las de la información y de la comunicación, modifican cualitativamente el carácter de la comunicación y de la experiencia humana. Amplían la esfera de circulación y, por ende, del espacio comunicativo permitiendo que, al mismo tiempo, cada horizonte tecnológico tienda a conformar su propia comunidad de participantes. Estas innovaciones afectan los textos periodísticos porque, más allá de las cuestiones pragmáticas de accesos utilitarios, plantean funcionamientos discursivos y formas de circulación diferentes ancladas a la interactividad y la bidireccionalidad.

La multiplicación de la oferta ha causado la pérdida del control de la agenda, lo que ha derivado en el surgimiento de la figura del “curador de contenidos” para que filtre y jerarquice los datos, constatando no sólo su importancia sino, sobre todo, su confiabilidad. Frente a quienes presagian el final de los periodistas, consideramos que por el contrario, el papel del profesional en las nuevas redacciones sigue siendo crucial.

Ya no hay espacio para los mismos “productos informativos... es necesario reinventarlos... hay que reimaginar sistema de producción, rutinas de trabajo y la carrera profesional de los periodistas como así también el modelo de negocios” (Cervera, 2015, p. 190). Se abren retos profesionales entre los que se mencionan: conocer el funcionamiento de plataformas emergentes, auscultar redes sociales e investigar sus contenidos y saber cómo plasmar sus conclusiones en diversos soportes. En virtud de la calidad periodística y del sostenimiento comercial de los medios, ya no es viable limitarse a replicar la edición impresa en la versión on line. Es decir, las “rutinas definidas” del modelo tradicional (con sus estrategias sostenibles) ya no se adecuan por completo a la “era de la sobreinformación” (Cervera, 2015, p.191); aunque en nuestra indagación se advierte que algunas de ellas persisten y son defendidas por los periodistas. Si está claro que existen variaciones en virtud de un modelo disruptivo en constante y vertiginoso cambio. Al respecto, explicita Bernardi:

La impronta que deja la tecnología sobre el trabajo periodístico va mucho más allá de

la incorporación de instrumentos que facilitan o agilizan la tarea de informar. Implica una transformación fundamental en el medio de trabajo, es decir una manera renovada de pensar el periodismo y la profesión. (2012, p. 54)

Los principales analistas de los medios comenzaron el milenio augurando que los periódicos verían integrarse en un mismo espacio sus ediciones en papel y pantalla. Es la evolución lógica impuesta por el empuje de la revolución digital que alcanza a fuentes, gramáticas narrativas, diseño y redacción (hipertextuales e interactivos), lenguajes (multi y transmediales), previsión de lectores y contratos de lectura (circulación y consumo). En otras palabras, abarca nuevas tareas y nuevos roles para afrontar hipertextualidad, interactividad, multimedialidad, actualización y memoria en ámbitos de convergencia de redacciones y multiplataformas.

Las tecnologías han cambiado, cambian los escenarios y, por extensión, las profesiones y sus prácticas. En el “Libro blanco de la prensa diaria” (2007), Salaverría ya anunciaba remezones en el periodismo:

El impacto de la tecnología digital ha desencadenado un proceso de profunda mudanza en todos los ámbitos de los diarios que es preciso dirigir de manera coordinada. Las tecnologías de producción, los contenidos, las disciplinas profesionales de los periodistas, la estructura de mando en las empresas editoras y las propias audiencias están viéndose reconfigurados por esa revolución tecnológica. (2007, p. 393)

Nuevos escenarios obligan a plantear nuevos roles y prácticas. Y así, en esta sociedad todos somos a la vez actores y espectadores en la emergencia de una nueva cultura popular digital (Busquet Durán, 2017, p. 175). La digitalización no limita su influencia a las “industrias culturales tradicionales” (libro, música, cine) y los medios de comunicación (prensa, radio, televisión), sino que también produce nuevas lógicas y cambios en el paradigma de la comunicación. Se crean “nuevos lenguajes, nuevos espacios de comunicación, nuevas formas de comunicación interpersonal, nuevas formas multimedia, obligándonos a revisar los paradigmas de la comunicación y de la cultura” (Moragas, 2017, p. 18).

La lupa sobre la práctica profesional

Sin duda nos encontramos en pleno proceso de un cambio cultural histórico, que ha comenzado, en sus distintas variantes, en las dos últimas décadas del siglo XX y continúa hoy con más fuerza en función de los nuevos roles de los actores de la comunicación, los avances de la tecnología y la concentración de los medios. Esto implica que resulta necesario entender las dinámicas emergentes de este escenario mutante para enfrentar los retos y desafíos del actual panorama cultural y, más específicamente, del campo del periodismo.

Una de las cuestiones centrales que aborda esta investigación está relacionada con los géneros textuales/discursivos del periodismo en diferentes soportes. También las características de las prácticas innovadoras, las nuevas narrativas, la producción colaborativa, la participación de las audiencias en las agendas y en las producciones mediáticas, la incidencia de las redes sociales en la producción periodística, la ubicuidad y el periodismo móvil, la verificación de fuentes, la responsabilidad profesional y ética periodística en la construcción de los discursos, entre otros.

En relación a los géneros y las prácticas, nos interesa especialmente conocer la voz de los periodistas como así también de los académicos que analizan los medios, de modo de poder relacionar el mundo profesional con el de la enseñanza. Para ello, el diseño de la investigación incluye la realización de entrevistas semiestructuradas a periodistas y académicos, no sólo para conocer el entramado

y las características del escenario periodístico actual, sino las consecuencias y derivaciones concretas en la práctica profesional.

Los entrevistados fueron seleccionados a partir de una muestra intencional por conveniencia, atendiendo a la disponibilidad y proximidad de los casos estudiados. En el caso de los periodistas, se seleccionaron profesionales que ejercen su profesión a cambio de una retribución pecuniaria, tanto en medios tradicionales como en nativos digitales, y con una experiencia laboral de entre 10 y 20 años. Los entrevistados trabajan en medios de las ciudades de Córdoba, Río Cuarto, Catamarca, La Rioja y Buenos Aires. También se tuvo en cuenta el criterio de equidad en relación a profesionales que realizan sus tareas tanto en los medios llamados hegemónicos como en nuevas propuestas comunicacionales y que cumplen diferentes roles en las respectivas redacciones (desde reporteros o cronistas hasta editores y secretarios de redacción). El listado de entrevistados incluye la misma cantidad de hombres que de mujeres.

Además, se seleccionaron, en una muestra intencional por conveniencia a distintos académicos del periodismo que cumplen funciones docentes en las universidades nacionales de Río Cuarto, Catamarca, La Rioja, Buenos Aires y Río Negro, con una trayectoria destacada en el campo. Esto es, investigación específica en periodismo con publicaciones de referencia en el área.

La problemática que se propone abordar se organiza, en una primera etapa, en función de cinco ejes: a) el concepto de noticia, b) la estructura de la noticia, c) las rutinas productivas, d) los modos de consumo en el escenario de la convergencia, e) las fuentes y la ética periodística.

Sobre el *concepto de noticia*, está claro que las transformaciones en el ecosistema de medios implican cambios en el modo de definir qué temas o hechos son socialmente importantes y en la forma de dar a conocer la información. Al cambiar las condiciones de producción, circulación y reconocimiento, también lo que se entiende como noticia y los criterios de noticiabilidad han sido transformados. Este aspecto resulta central en la conceptualización de la noticia, y ha sido vastamente estudiado por investigadoras como Stella Martini que, en su clásico libro *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad* (2000) propone categorías que retoma en escritos más actuales (2017) en los que plantea una tensión entre los aspectos tradicionales con los de la era digital. En otras palabras, no resulta posible preguntarse por la noticia desligada de los criterios que la hacen posible. Y tampoco resulta provechoso para la discusión, pensar esos criterios desligados del contexto convergente.

Específicamente, nos preguntamos si existen nuevos criterios de noticiabilidad y si éstos son diferentes según se trate de medios impresos o digitales. También nos interesa conocer la opinión de periodistas y académicos sobre las audiencias y sus posibles nuevos intereses, y si es que tales intereses –por ejemplo, la profusa información en relación a las series televisivas– pueden convertirse en noticias. En el mismo sentido, es necesario ahondar en las características del llamado “periodismo de nicho” y su tensión con la noticia.

La sistematización del primer grupo de entrevistas realizadas sobre cuestiones referidas al concepto de noticia muestra que, más allá de las modificaciones en las rutinas productivas, la noción de información socialmente relevante persiste, y tal relevancia continúa siendo evaluada en función de criterios como la novedad, el impacto, la proximidad y la trascendencia del protagonista. Aunque existen nuevos tópicos de interés que escapan al concepto clásico de lo noticiable, es posible anticipar que lo que ha cambiado no es esencialmente el qué de la noticia sino el cómo contarla. O más precisamente, el modo de concebir su presentación y narración, atendiendo a variados lenguajes y plataformas simultáneamente.

Lo anterior se relaciona con la *estructura de la noticia*, trabajada teóricamente en innumerables ocasiones, en textos académicos y también en manuales de enseñanza del periodismo. Pensar la estructura de la noticia utilizando para ello la gráfica de una pirámide (normal, invertida o trunca) ha sido una receta utilizada ampliamente en las aulas. Más específicamente, la “pirámide invertida”, ha sido por años el esquema ideal para que los datos sustanciales no se pierdan en el entramado de palabras del texto. Lo fundamental, al comienzo. Tal como fue planteada hace más de 150 años y transmitida a generaciones de periodistas.

Pero, ¿qué vigencia tiene hoy la pirámide invertida? ¿Qué estructura es la más apropiada para los relatos en entornos digitales? ¿Cada formato adoptará su propia estructura? Si el periodismo gráfico sentaba las bases de la forma de narrar los acontecimientos, ahora ¿quién asume ese reto? Todos estos interrogantes ponen en cuestión el modo en que se construye el relato. Y cobran interés en la medida en que esos cambios repercuten en la práctica y también en los consumos culturales.

En ese sentido, las primeras sistematizaciones de nuestro trabajo indican que si bien actualmente es necesario distribuir datos *atractivos* y recursos de hipertextualidad e interactividad en casi todos los párrafos del texto –con el objetivo de que las audiencias permanezcan más tiempo frente a la pantalla, sin abandonar la lectura– la noción fundamental de incluir la información básica en el copete continúa vigente. En las redacciones se continúa exigiendo que las respuestas a las preguntas básicas (las cinco W) figuren en las primeras líneas del texto. Aunque en los párrafos sucesivos sea necesario recurrir a otras estrategias narrativas y retóricas para captar la atención. La idea de “lo importante, primero” todavía es útil, en especial, para la redacción de noticias breves destinadas a redes sociales.

Los estudios clásicos de la sociología de los medios prestaron especial atención en la década de 1980 a las *rutinas de producción*. Las investigaciones mostraban una modalidad de trabajo más repetitiva y constante que la que el público lector se imaginaba. De esta manera, tanto las funciones dentro de la redacción como el establecimiento de la agenda, configuraban momentos con un alto grado de previsibilidad.

El estatus dinámico de la ecología de medios, con anclaje en el escenario digital, pone en cuestión esa previsibilidad y nos plantea preguntas sobre otras posibles rutinas productivas y sobre nuevas competencias profesionales, tal vez ligadas a concepciones de noticiabilidad más flexibles o segmentadas por audiencias, y a juegos con actores que irrumpen a través de las redes en la escena mediática. En este sentido, es clave lo relacionado con la escritura para múltiples formatos. Por ejemplo, ¿cuáles son las estrategias de titulación para el aprovechamiento de las redes? ¿Qué saberes y habilidades necesita un periodista hoy para la identificación y/o producción de noticias?

Un actor clave en el escenario convergente lo conforman sin duda las audiencias. Este rol que en el periodismo tradicional no aparecía lo suficientemente identificado ni tenía un espacio ni fuerza determinante en la construcción de lo noticiable, fue cambiando paulatinamente a medida que los públicos se acercaban a la televisión en vivo. Y hoy su papel es, aunque controversial, destacado, y también determinante en la consideración de los medios. Las audiencias hoy no sólo consumen información diferenciada, sino que además comparten, comentan y generan contenidos. En este sentido, nos interesa saber en qué medida las audiencias determinan lo noticiable, además de cómo se informan, qué plataformas y formatos priorizan, qué géneros prefieren y si su aparición en el escenario modifica rutinas referidas al chequeo de lo que dicen las fuentes.

Martini señala que la proximidad con la *fuentes* desde las redes “es la marca quizás más notable del periodismo y la noticia del siglo XXI” (2017, p. 16). Es evidente que desde el arribo de Internet la relación con las fuentes ha mutado, y así como ha fortalecido la rapidez en la circulación de la información y la variedad de informantes, también pone a disposición de los periodistas, y de otros actores sociales, datos e interpretaciones que no necesariamente son chequeadas con el rigor que el periodismo del siglo pasado enarbolaba.

En este punto, resulta necesario focalizar en el efecto disruptivo de las *redes sociales* en la construcción de la agenda y, en consecuencia, pensar a los usuarios como una variable novedosa e influyente en los procesos de toma de decisiones de lo noticiable (Aruguete y Calvo, 2017). De modo que cabe hacer hincapié en los poderes que se difuminan y que ya no son exclusivos de las instituciones mediáticas; esto es, la elaboración de la agenda pública.

En este contexto nos preguntamos: ¿Cómo funcionan las redes sociales como fuentes de información? ¿Se observa cierto *relajamiento* en la práctica del chequeo de datos en virtud de la inmediatez de lo digital? ¿Qué nuevos criterios éticos impone la convergencia en relación al manejo de fuentes?

En relación a este último interrogante, cabe señalar que, así como se hace foco en la convergencia tecnológica, resulta necesario, además, descentrar la mirada y fijarla nuevamente en aspectos que constituyen un desafío para los estudios académicos: los riesgos y retos para un periodismo de calidad con bases éticas y una posición no ingenua sobre los procesos de concentración ligados a la explosión tecnológica. En este sentido, resulta clarificador volver a Martín Barbero:

La mirada crítica nos advierte certeramente de los riesgos que entraña el actual desarrollo tecnológico en sus complicidades con las lógicas del mercado y los procesos de agravamiento de la exclusión social. Y es justamente por eso que nuestra inserción en la nueva mundanidad técnica no puede ser pensada como un automatismo de adaptación socialmente inevitable, sino más bien como un proceso densamente cargado de ambigüedades y contradicciones, de avances y retrocesos, un complejo conjunto de filtros y membranas... que regulan selectivamente la multiplicidad de interacciones entre los viejos y los nuevos modos de habitar el mundo. (2010, p. 152)

Si bien la investigación se encuentra aún en desarrollo, las conclusiones preliminares a partir de entrevistas realizadas con informantes claves, y las propias discusiones al interior del equipo, permiten inferir que los resultados que se obtengan redundarán en cambios beneficiosos para la enseñanza del periodismo. Conocer el entramado y las características del escenario periodístico actual resulta clave para una formación profesional acorde con los nuevos contextos, sin dejar de lado temáticas transversales a todas las épocas. También favorecerá una mirada crítica del escenario actual y posibles ejes de investigación que surjan como vacancias del actual estudio.

Notas

(1) Proyecto de investigación Secyt UNC 2018/2021; *Los nuevos escenarios del periodismo: convergencia, disrupciones, reconfiguraciones y desafíos*. Directora Dra. María Inés Loyola; codirectora: Dra. Mónica Viada.

Referencias bibliográficas

- Aruguete, N. y Calvo, E. (2017). #TarifazoEnArgentina. Agenda melding y difusión de los mensajes em médios difusión de mensajes en medios sociales. En Labate, C. y Arrueta, C. (Comp.) (2017): *La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios*. San Salvador de Jujuy, Ediunju.
- Bernardi, M. T (2012). Rutinas periodísticas. En Rost, A. y Bergero, F. (2012), *Periodismo en Contexto de Convergencias*. General Roca. Publifadecs.
- Busquet Durán J. (Ed.) (2017). *Los nuevos escenarios de la cultura en la era digital*. Barcelona. UOC.
- Cervera, J. (2015). Periodismo 2020: más vivo que nunca. En Roitberg, G. y Picatto, F. (comps.). *Periodismo disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación*. Buenos Aires, La Crujía.
- Christensen, C. y Skok, D. (2012): Breaking News. Cómo dominar el arte de la disrupción en el Periodismo. En *Nieman Reports 2012*, September 15. En <http://niemanreports.org/articles/breaking-news-en-espanol/>
- Igarza, R. (2014). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires. La Crujía.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence cultura. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación social*. Paidós.
- Jenkins, H.; Ford, S.; Green, J. (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona. Gedisa.
- Martín Barbero, J. (2010). Convergencia digital y diversidad cultural. En De Moraes, D. (comp) (2010): *Mutaciones de lo visibles. Comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires. Paidós.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Ed. Norma. Buenos Aires.
- Martini, S. y Pereyra, M. (2017). *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología*. Imago Mundi. Buenos Aires.

-
- Moragas, M. (2017). *Prólogo*. En Busquet Durán J. (Ed.) *Los nuevos escenarios de la cultura en la era digital*. Barcelona. UOC.
- Salaverría, R. y García Avilés, J.A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. En *Tripodos* N° 23. Barcelona.
- Salaverría, R. (2010). Estructura de la convergencia de medios. En López, X y Pereira, X (org.). *Convergencia digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela. Universidad Santiago de Compostela.
- Scolari, C. (2013). Más allá de McLuhan: Hacia una ecología de los medios. En Rublescki, A. y Barichello, E. M. (orgs.): *Ecologia da Midia*. Santa Maria: FACOS-UFSM.
- Scolari, C. (2015) (ed.). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona. Gedisa.