

IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2011.

El valor de la palabra en tiempos de Internet. Los periodistas y su compromiso comunicacional.

Emilio Federico Corbiere.

Cita:

Emilio Federico Corbiere (2011). *El valor de la palabra en tiempos de Internet. Los periodistas y su compromiso comunicacional. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/540>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

IX Jornadas de Sociología
Capitalismo del siglo XXI, crisis y reconfiguraciones .Luces y sombras
en América Latina

“El valor de la palabra en tiempos de Internet. Los periodistas y su compromiso comunicacional”

Federico Corbière
Docente-investigador. IEALC, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de
Buenos Aires.
fedecorbiere@gmail.com

RESUMEN:

El periodismo y su relación con el pensamiento nacional cruza transversalmente una profesión que, hoy, especialmente por las cláusulas anti-monopólicas de la ley 26.522, incomoda a no pocos profesionales de la palabra a la hora de seguir la línea editorial de la empresa o sociedad estatal por la cual reciben su paga.

Este clima de época persiste en la nueva era digital donde los patrones comunes son lo efímero, lo accidental y lo contingente, desbordado por una abundancia informativa que borra -en el libre flujo de noticias- fronteras, territorios y horizontes colectivos.

En este contexto la discusión acerca del llamado *periodismo militante* resulta opaca cuando se emprende un viaje por las páginas que promueven la transparencia comunicacional y otras pántinas de democracia. Las secciones de *periodismo ciudadano* de los noticieros son un fiel reflejo de la búsqueda insaciable por noticias blandas y de escaso relieve político.

El periodismo encarna todas las contradicciones propias de su presente histórico. Vale recordar que en 1810, *La Gazeta de Buenos Aires* produjo un tipo de periodismo comprometido con un proceso emancipador.

La novedad es que los tiempos de Internet y su condición discutible de “no-lugar” (Auge, 1993) ya no es la del periodismo de la novela por entregas como ocurrió con Operación Masacre. Tampoco la decodificación de cables de noticias encriptados en la clandestinidad es una demanda del público.

Los escándalos de Wikileaks, sus filtraciones y olvido son parte de una dinámica nueva en la que los periodistas deben encontrar el lugar para asumir el desafío y el compromiso comunicacional de trabajar sobre datos y hechos relevantes que merecen tomar estado público.

PALABRAS CLAVE:

Periodismo faccioso – Periodismo digital – Trayectorias – Infocomunicación – Democracia informativa

PONENCIA:

1. Memoria narrativa en 140 caracteres

El fenómeno de las plataformas de Internet, la generalización del uso de redes sociales y su acelerada incorporación de como elemento de acceso a productos informativos, abre no pocas incógnitas sobre la relación de las audiencias con la ya compleja actividad periodística.

El nuevo contexto tecnológico invita a reflexionar sobre el relieve sociológico de una actividad que desde su imbricación con el entorno digital adquiere dinámicas propias, tanto en las rutinas productivas de los periodistas como en las formas de consumo e interacción con aquellos contenidos producidos en esos espacios editoriales.

La primera década del siglo XXI ha traído consigo novedosas formas de compartir información a propuesta de un universo cibernético multicausal, con tipos de intercambio que alteran no sólo las rutinas profesionales, sino la demanda de ciertos contenidos y sus respectivos soportes físicos de emplazamiento y reproducción (IPad, TabletPc, Netbook, y otros).

En este sentido las categorías de análisis sobre la conformación de “contratos de lectura” (Verón, 1985), pensadas inicialmente para la prensa gráfica, no resultan operativas para dar cuenta de aquellas prácticas que intervienen en los actuales procesos de establecimiento de agenda (McCombs, 2006).

Tampoco el intento de adaptación de aquellos patrones o cláusulas de acuerdo sobre cómo se construye un verosímil posible en los informativos televisivos son suficientes para explicar el impacto de los “nuevos medios” y sus cualidades deícticas (disparadores que sirven para indicar otros elementos); especialmente, porque ya no se dan formas puras de géneros definidos, mientras el entrecruzamiento de estilos: informativos, narrativos o argumentativos, en la búsqueda un acercamiento mayor al público (Martini, 2000) parece indicar el surgimiento de nuevos formatos que alteran los estándares de la profesión periodística.

La hipótesis que invita a la discusión acerca del llamado *periodismo militante* o *faccioso* no apunta al *tecnologismo* o el *info-fetichismo* (Katz, 1999) –como respuesta sobre aquellas posturas optimistas que señalan en los usos de Internet un espacio de libertad absoluta– que tuvo en los comienzos la Web 2.0 una fuerte resonancia mediática; especialmente, por el uso de buscadores, sindicadores de formato enriquecido (RSS), sistemas de autoedición, canales de *streaming* como YouTube, o la espectacularidad efímera de algunos blogs personales.

En las siguientes líneas sostendré que las estrategias de legitimación de los medios y su credibilidad responden de manera abierta a un cambio de eje en la centralidad dada por las audiencias a las fuentes informativas, como respuesta

y reacción tardía sobre aquel mito empresario de la objetividad periodística, luego de la difusión que tuvo el debate propiciado por el cambio sustancial en la normativa vinculada a la radiodifusión en Argentina.

También que los medios tradicionales públicos y privados no son los únicos depositarios de la confianza de las audiencias y que el carácter fragmentario de la información (los mensajes) encuentran en otras construcciones y formatos, en permanente mutación, redes de legitimación virtual que si bien no logran institucionalizarse como tales, afectan los procesos de selección y jerarquización (*gatekeeping*) de las noticias (Luchessi, 2007).

De esta forma el habitual discurso periodístico impersonal de los medios ya no sirve como mecanismo de reconocimiento de un lector modelo que acepta tácitamente una comunidad de valores compartidos.

Su prédica transita por una suerte de nueva síntesis entre representación y concepto, que en lugar de una religión, fundada en la paradoja irracional de la objetividad absoluta, ha dejado el oscurantismo de lado para dejar sujeto a revisión esa voz autorizada.

En definitiva los periodistas ya no son depositarios de aquella confianza o fe ciega que suponía un pacto irrenunciable entre una actividad profesional algo desprestigiada y audiencias que buscan otros recorridos de lectura.

Durante el conflictivo debate político por la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522), una pequeña élite de figuras reconocidas, con capacidad de firma editorial, ha tenido que exponer las condiciones de producción de la noticia, para mantener la confianza de sus seguidores y los validar la clasificación de su agenda temática.

Es cierto que por entonces hubo casos de violencia simbólica exacerbada, pero también gestos de extrañeza y desorientación en un público que, hasta entonces, desconocía o no mostraba interés por conocer las habituales reglas de género utilizadas para construir un verosímil creíble.

La trayectoria personal algunos profesionales estuvo implicada en el presente discursivo de las Redes 2.0; e, incluso, figuras como Alfredo Leuco, Pablo Sirven, el ex periodista Héctor Timerman y otros funcionarios protagonizaron viralizaron encarnizados debates en estos circuitos de información colateral.

El uso de Twitter como fuente en la sección política de un diario, el fenómeno del *periodismo ciudadano* incorporado a los noticiarios televisivos o los blogs personales de los cuales trascienden informaciones, alteran un escenario que prácticamente ocupó todo el siglo XX y encontró en la prensa uno de los principales espacios de articulación de sentidos.

Tomando como referencia los señalamientos que hiciera el destacado semiólogo Oscar Steimberg en sus ya clásicas proposiciones sobre género y estilo (Altamirano, 2002), puede señalarse que: en la especificidad del campo

periodístico, los géneros ya no hacen sistema en sincronía por carecer de aquellas condiciones de previsibilidad universalmente compartidas.

Como contraparte la interdependencia en red encuentra en casos como el *microblogging* un estilo de época que funciona con fuentes surgidas de un universo abstracto emergente de las incontrolables redes sociales.

Su atractivo: el suspenso de un “continuará...” que pone a los protagonistas (y hacedores) de la noticia en un momento triunfal del relato que privilegia el melodrama en 140 caracteres al chequeo de fuentes.

Así, los nuevos lenguajes y formatos plantean desfasajes entre las instancias metadiscursivas de producción y de reconocimiento, que en tiempos analógicos servían de garante para lograr estabilidad y entendimiento (aún en la “no identidad” con el referente del mensaje) entre ambos polos de circulación informativa.

Esto no implica que estemos asistiendo al funeral de los géneros periodísticos sino al Réquiem de un mito sobre el cual se constituyó la empresa profesional como espacio independiente de los poderes fácticos, sintetizado en el imaginario romántico de esa imagen de Rodolfo Walsh con su cámara réflex colgada al cuello.

Más adelante veremos algunas muestras del obituario de este particularismo argentino.

2. Plataformas, noticias y nuevos circuitos de circulación

No es un asunto menor cuando se estudian las tensiones entre el poder político y las corporaciones periodísticas, asumir que la presencia/ausencia de los medios de comunicación es un elemento clave para instalar temas y promover puntos de anclaje en aquellas instancias donde se generan procesos de formación de opinión pública.

La emergencia de formas de competencia antes inexistentes en un determinado sector industrial, propiciadas por la incorporación de nuevas tecnologías, pesan inevitablemente en aquellos fenómenos de *destrucción creativa* (Schumpeter, 1983) propios a la innovación y el desarrollo de las sociedades capitalistas.

Lo cierto es que estamos transitando por una modernidad cada vez menos periférica, si es medida en términos de flujo de datos, marcada por el ritmo e interconexión financiera de ciudades globales (Sassen, 2007), que alteran los modos de producción del mercado informacional.

Parece un dato menor, pero las industrias culturales del entretenimiento consolidadas en el siglo XX no habrían tenido el mismo impacto sin la mediación periodística. Tampoco las informaciones reproducidas por agencias y otras empresas asociadas esa cadena productiva.

De hecho, algunos géneros como la crítica cinematográfica están en crisis debido a que la fecha del estreno (los jueves en la Ciudad de Buenos Aires) suele ser sublimada por la posibilidad de un consumo previo en otros espacios ajenos a las salas cinematográficas.

Comprender las lógicas de funcionamiento de la actividad periodística, cómo se establecen sus rutinas productivas y cuáles son las demandas del público, son cuestiones que parecen disociadas de los profundos cambios culturales en tiempos de Internet. No obstante, ese peso gravitacional en la circulación de conocimiento –fortalecido en la larga duración de experiencias compartidas– resulta útil para observar los puntos de contacto y de divergencia que afectan la actividad periodística. Esa es una de las cuestiones pendientes para abordar empíricamente en los estudios en comunicación, enfocados desde las Ciencias Sociales.

Por otro lado, más allá de este debate en boga sobre si los periodistas alguna vez fueron independientes, genuflexos a una empresa o militantes partidarios, resulta necesario dar cuenta primero respecto a las condiciones de posibilidad estructurales en la que transitan quienes trabajan en los medios.

La relectura acerca de la “contestabilidad” cruzada (Katz, 2006) en el ámbito legislativo sobre esos fenómenos de *destrucción creativa* –antes señalados– encuentran en los marcos regulatorios varias cuestiones perfectibles y que deben ser discutidas. Entre otras:

a) Cómo afecta el cambio tecnológico a los jugadores dominantes del mercado comunicacional. En especial, la entrada de nuevos actores al mercado surgidos de otras industrias como el software.

b) Qué hacer frente a la ausencia de regulación sobre contenidos periodísticos en las plataformas de Internet, que incorporan servicios noticiosos y afectan sustancialmente su modelo de negocios a las empresas periodísticas en transición al entorno digital.

c) Cuál es el rol del Estado como regulador, atento a que la radiodifusión y las telecomunicaciones ya no son monopolios naturales disociados por un espectro radioeléctrico finito o el cableado punto a punto; y que ambos tienen la cualidad técnica de brindar servicios de radiodifusión.

3. Pequeño obituario y reencarnación

Dicho esto resulta necesario volver a interrogarse sobre qué es una noticia, cuáles son los criterios de noticiabilidad que operan en las rutinas productivas, cuáles son las demandas del público y si es posible desarrollar categorías de análisis útiles a los efectos de dar cuenta de las nuevas cláusulas que intervienen en el *contrato de lectura*. Y a partir de allí intentar responder desde dónde miran la realidad quienes por defecto (o virtud) tienen incorporado el

oficio escribir para comunicar y poner en circulación datos, informaciones, noticias y hechos relevantes que son incorporados a la agenda de la prensa.

El particularismo argentino mantiene una larga trayectoria de experiencias editoriales que expresaron compromisos diversos con proyectos políticos concretos, los cuales tuvieron como objetivo central influir sobre el presente, a sabiendas de que los medios masivos de comunicación son instancias que modelan los procesos de formación de opinión pública.

El periodismo y su relación con el pensamiento nacional cruza transversalmente una profesión que, hoy, especialmente por las cláusulas anti monopólicas de la ley 26.522, incomodan a no pocos profesionales de la palabra a la hora de seguir la línea editorial de la empresa por la cual reciben su paga.

La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), ADEPA y otras entidades asociadas que supieron fraguar grandes negocios en tiempos de proscripción, represión y dictadura suelen denunciar la inacción estatal o ataques a la libertad de expresión, bajo un movimiento solapado y silencioso que niega la historia reciente, los grandes relatos y su profundidad.

El pecado original de iniciar la lectura de un matutino con la sección internacional, como ocurre con el diario La Nación, es el símbolo de una tradición que miró primero los intereses extranjeros para crear, desde ese lugar, un posicionamiento de elite relacionado a necesidades corporativas y/o conspirativas.

Este clima de época persiste en la nueva era digital donde los patrones comunes son lo efímero, lo accidental y lo contingente, desbordado por una abundancia informativa que borra -en el libre flujo de noticias y de capital financiero- fronteras, territorios y horizontes colectivos.

En este contexto la discusión acerca del llamado *periodismo militante* resulta bastante opaca cuando se emprende un viaje por las páginas que promueven la transparencia comunicacional y otras pátinas de democracia posmoderna. Las secciones de *periodismo ciudadano* de los noticieros televisivos son un fiel reflejo de la búsqueda insaciable por noticias blandas en cuanto a los criterios de calidad periodística.

Sea en el formato –que cruza varios géneros de “refritos” televisivos– de programas como 6-7-8, donde la selección de archivo emula los programas de entretenimientos y produce un recorte parcial de la realidad; o, en los informativos novelados de Telenoche que investiga el supuesto núcleo oculto de la verdad, seguido por *podcast* enviados por la audiencia con imágenes sin editar de una nevada en Buenos Aires en 2007, por ejemplo.

Sea público o privado, la lógica de funcionamiento de los medios siempre fue facciosa.

Más allá de las capacidades personales, sea en el medio que fuere, es raro encontrar que quienes transitan por las redacciones hayan iniciado su carrera de mérito por concursos de oposición de antecedentes.

Lo que ha cambiado es el aquí y ahora de los periodistas.

Con todas las contradicciones propias al calor de la revolución de Mayo, vale recordar que en su acto inaugural, en 1810, La Gazeta de Buenos Aires produjo un tipo de periodismo comprometido a un proceso de transformación social y a un proyecto de nación.

En esa condición de posibilidad constitutiva de identidades es donde el pensamiento nacional construyó instancias emancipatorias ajenas a pensamientos golpistas. Es cierto que hubo equívocos, pero también aprendizajes de quienes festejaron los bombardeos de junio en 1955.

A modo de ejemplo pueden mencionarse dos publicaciones completamente divergentes unidas por el rechazo al nacionalismo católico y la ingenua solución de la UCRI (Unión Cívica Radical Intransigente) como instancia de integración y reacción política -a la dictadura de Aramburu- con el apoyo del peronista Frente de Liberación Nacional sobre la figura de Arturo Frondizi: Contorno (1953-1959) y Qué sucedió en siete días, entre los años 1955 y 1958.

La mítica revista Contorno representó un campo intelectual universitario de origen radical volcado a la izquierda, que apostó bajo la dirección de los hermanos David e Ismael Viñas a romper con la dicotomía entre civilización o barbarie (de la revista Sur) e interpretar al peronismo en la creencia de que Frondizi cumpliría el programa político fundado en su libro "Petróleo y Política" (1954).

La traición a ese proyecto fue cristalizada en la extranjerización de YPF, ratificada con los de negociados de la carne y la aplicación del Plan CONINTES, en 1959, durante las huelgas obreras iniciadas en el frigorífico Lisandro de la Torre.

Esta situación produjo encuentros y desencuentros entre los protagonistas de la revista, con salidas de matriz reaccionaria que pueden recorrerse en la letra impresa de Juan José Sebrelli; o en la izquierda revolucionaria, con el posterior desprendimiento insurgente de Ismael Viñas en el grupo Acción Comunista, luego del rechazo de las capas medias a su partido político, Movimiento para la Liberación Nacional (MLN).

Aquella tensión marca la síntesis sobre una época en la que Arturo Jauretche - desde el exilio en Uruguay- y Raúl Scalabrini Ortiz intentaron recuperar lo nacional, con la impronta popular que los herederos de Ezequiel Martínez Estrada en Contorno prefirieron omitir, en esa relectura de un peronismo que se adelantó al socialismo y al comunismo en dar solución práctica al problema (dialéctico marxista) del tercero excluido.

Hubo otras publicaciones posteriores y periodistas que sirvieron de ejemplo a

las generaciones siguientes. La figura de Rodolfo Walsh, inmortalizada por su investigación Operación Masacre sobre los fusilamientos en José León Suárez (1956), es bibliografía obligatoria en las escuelas de periodismo.

Su pluma junto a la de Rogelio García Lupo y Jorge Masetti trascendieron del pensamiento nacional al latinoamericano con la aún vigente agencia de noticias cubana Prensa Latina.

Las revistas de entonces permiten dar cuenta de aquel fenómeno cultural y político.

Pero los tiempos de Internet no son los de la novela por entregas ni la decodificación de cables de noticias encriptados en la clandestinidad. Los escándalos de Wikileaks, sus filtraciones y olvido son parte de una dinámica nueva en la que los periodistas deben encontrar su lugar y asumir el desafío del compromiso comunicacional.

En todos los casos mencionados el proyecto nacional (y latinoamericano) encontró en el periodismo una herramienta para transmitir ideas.

4. Los diarios populares y la presencia de la prensa gráfica

Con observar sólo el cambio de tendencias en circulación neta en la prensa gráfica, su caída y resurrección luego de la crisis de 2001 hasta 2010 puede señalarse que el diario papel mantiene su presencia en un sector industrial considerado por algunos futurólogos como algo residual y con tendencia a desaparecer del mercado.

En términos globales los diarios vendidos en el año 2000 sufrieron una caída pronunciada tras la crisis económica de 2001, y han recuperado progresivamente su mercado hasta alcanzar nuevamente un promedio de 1,2 millones de ejemplares vendidos –de lunes a domingo entre los 4 diarios de mayor tiraje– (Calcagno y Lerman, 2010).

No obstante esa recuperación, la caída de ventas del principal matutino (Clarín) indica una mayor polarización ideológica en ese nicho de mercado y la necesidad de ampliar la matriz de análisis sobre la incidencia de otros medios de la misma especie¹. El reciente lanzamiento de versiones “sensacionalistas” o “populares” Muy (Grupo Clarín) y Libre (Editorial Perfil), para competir con el sostenido fenómeno de éxito editorial de Diario Popular, indican también que los fines comerciales anteceden a la prensa militante, independiente o genuflexa.

La recuperación y presencia en el mercado de la industria gráfica pone en duda la preanunciada muerte del papel e indica una tendencia hacia procesos sinérgicos o de complementariedad con otros soportes (Ford, 1999).

¹ Véase: “Por quinto año seguido cae Clarín; baja Perfil, pero resucita La Nación y ‘el Popu’ mantiene su alza”; en Diario sobre Diarios; sección Zona Dura; 28 de abril de 2011; [Consulta: 03-05-2011]

Dicho esto, el lugar privilegiado de articulador cultural entre el saber (episteme) y el no saber (dogma) que ofrecen los productos periodísticos –sumados a las nuevas matrices reticulares de circulación de datos– presentan un espacio de visibilidad acerca de aquellos problemas que inciden en los procesos de formación de la opinión pública.

De los cuales se pueden recoger no pocas regularidades que permitan establecer un piso firme y de reconocimiento de las transformaciones sufridas en las rutinas productivas de la prensa: donde en primera instancia se vislumbra una pérdida de calidad sobre el manejo de la información, fuentes y producción de contenidos.

Así, el estudio sobre las fuentes, prácticas y modos de producción de contenidos periodísticos obliga también a reformular y a conceptualizar el valor de la información en una sociedad de carácter fragmentario y orientada hacia consumos segmentados con economías de alcance (Lash, 2005), de difícil medición antes de la masificación de Internet.

Los sectores industriales tradicionales relacionados con la comunicación cierran la primera década del siglo con una desventaja comparativa en relación con los actores económicos surgidos de las nanotecnologías aplicadas al consumo masivo. Incluso, algunas de las industrias culturales quedan a la cola de modelos de negocios emplazados en los “nuevos medios” y soportes tecnológicos, que por primera vez en la historia del capitalismo desafían aquellos principios de escasez en la demanda propiciando la libre circulación de bienes y servicios intangibles, a pesar de las férreas barreras de entrada político institucionales (Britos, 2003) en materia de derechos de autor y propiedad intelectual.

Por ahora los primeros resultados empíricos por facturación y consumo muestran que los nuevos medios son *complementarios* con las fuentes tradicionales, aunque la aparición de herramientas interactivas pueda transformar a las plataformas en medios *sustitutos*.

Se observa un desplazamiento de los mencionados principios propios del *deber hacer* periodístico y una inversión de la prueba, al existir en el mercado noticias realizadas en base a la confianza en los resultados aleatorios proporcionados por los motores de búsqueda, lo cual permite advertir que ese se trata de un momento de quiebre en lo referente a los criterios de chequeo informativo aceptados por las diversas comunidades de lectores de soportes digitales.

Esto supone una transformación en las relaciones de producción, donde llamada la “economía de la atención” ha alterado sustancialmente los modelos de negocios, basando sus estrategias en mecanismos publicitarios dirigidos, con una tendencia a cero en costos de consumo y una masa crítica de internautas creciente (Shapiro y Varian, 2000).

Tales variaciones implican revisar cómo los criterios de noticiabilidad se ven afectados por las nuevas prácticas, en tanto, los “nuevos medios” (Igarza,

2008) obligan a reconocer estilos de vida enfocados en otros hábitos de consumo.

5. Algunas conclusiones

A diferencia de etapas anteriores, la discusión pública sobre la ley 26.522 generó un cambio de relación entre la prensa y la sociedad. Su resultado: los medios ya no esconden una intencionalidad política velada como indicara Héctor Borrat, en *El periódico, actor político* (1989).

El recorrido por ochenta años de editoriales publicadas por el diario La Nación –entre 1909 y 1989– en donde Ricardo Sidicaro (1993) reconoce aquellos momentos de negociación con el poder de turno² para garantizar la subsistencia económica del medio se torna más complejo con la aparición de las nuevas TIC.

Por un lado, los mecanismos de interacción con el público –antes reservados a las cartas de lectores– alteran el timón de las empresas, al existir un espacio ampliado de comunicaciones diversas. Por otro, el comportamiento de los medios, su posicionamiento y relación con el público, encuentra en ese, a fines de los ochenta, una ley de Reforma del Estado (23.696) que habilita la conformación de conglomerados multimedia y plataformas convergentes.

Estos cambios regulatorios que afectaron el comportamiento del mercado informativo impiden la monocausalidad de recortes metodológicos sobre el campo periodístico, como es el caso del género editorial.

En la introducción de su investigación Sidicaro también indica que el diario fundado por Bartolomé Mitre, en 1870, fue su última trinchera política. Sólo dos años lo separan de su salida de gobierno (1862-1868).

Daniel Mazzei dará cuenta del entrecruzamiento constante entre periodismo poder en *Primera Plana: Modernización y Golpismo en los 60* (1995). Entre otras tantas publicaciones sobre la última dictadura, el meticuloso trabajo de archivo de Eduardo Blaustein y Enrique Zubieta mostrará la cara más oscura del periodismo en *Decíamos Ayer, la prensa argentina bajo el proceso* (1998).

Todos estos ejemplos confluyen al acto político fundacional de Mariano Moreno, con su gaceta en 1810.

Volviendo a la cuestión del pensamiento nacional y las características propias del periodismo argentino. Los cambios regulatorios, prácticas de consumo y estrategias editoriales indican que:

- El discurso impersonal de los medios frente a una comunidad de lectores modelo ya no sigue los mismos pactos de lectura y que el periodismo de autor –que antes reforzaba ese pacto, especialmente en los espacios

² Esto ocurrió con mayor claridad en los dos primeros gobiernos peronistas, a pesar de mantener La Nación, una identidad con su público del tipo liberal-conservadora como “tribuna de doctrina”

editoriales— es sujeto a revisión por parte de las audiencias. Principalmente, porque el posicionamiento político institucional de los medios se ha tornado traslucido.

- De allí surge la trascendencia de estudiar no sólo los el impacto en las audiencias, las cuales tienen la potencialidad de participar e intervenir en cuestiones públicas gracias al uso de las nuevas TIC, sino las condiciones de negociación: constantes, por las características inherentes a las nuevas instancias de retroalimentación entre el público y los “nuevos medios”.
- Los estudios acerca de los medios masivos deben incorporar de forma sistemática como “nuevos medios” los motores de búsqueda, blogs, listas de correo, sistemas de sindicación de texto (RSS) y redes sociales, plataformas de autoedición y otras formas de publicación de noticias, como la indexación de un Tweet.
- El encuadre jurídico de la actividad periodística en los nuevos soportes no puede auto regularse en Internet y aún está vacante una legislación que incluya las nuevas prácticas que involucran contenidos o bienes informacionales.
- La relevancia dada por los usuarios a estos últimos influyen en los procesos de establecimiento de agenda.

Intentar indagar sobre el impacto de las noticias en la agenda de público y sobre cuáles son las instancias de mediación en el complejo sistema de interacción entre empresas, periodistas y audiencias, donde se sociabiliza la información, requiere dar cuenta al menos de algunos de estos cambios observados.

Luego de este pequeño obituario sobre la pureza periodística —que puede ejemplificarse en el recorrido de Jacobo Timerman por Primera Plana, Confirmado y La Opinión— resulta importante señalar la regularidad de instancias de negociación omnipresentes en todo el sistema mediático.

Con la diferencia que la discusión sobre el periodismo faccioso antes era sólo la letra chica que no se leía —sobre la cual los periodistas no hablaban a riesgo de quedar en listados inapropiados para mantener su continuidad laboral—.

Por último, que el surgimiento en la oferta informativa de dos medios sensacionalistas para competir con Diario Popular, subsidiarios de dos adalides de la prensa “seria” (Clarín y Perfil), son indicadores que las ecuaciones económico financieras prevalecen sobre los criterios de calidad periodística y que la cuestión sobre el *periodismo militante* termina en un lugar residual para quienes gestionan la puesta en circulación de noticias.

Esas que pasan por una mesa de edición, que se suponen chequeadas y que por su trascendencia social (ahora popular) merecen tomar estado público.

Bibliografía:

Altamirano, Carlos (2002): "Géneros"; en *Términos críticos de sociología de la cultura*; Buenos Aires; Paidós.

Augé, Marc (1993): *Los "no lugares" espacios de anonimato, una antropología de la sobremodernidad*; Gedisa; Barcelona.

De Fontcuberta, Mar y Borrat, Héctor (2006): *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires. La Crujía.

Ford, Aníbal (1999): *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires. Norma.

Igarza, Roberto (2008): *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires. La Crujía.

Katz, Claudio (1999): "La tecnología como Fuerza Productiva Social: Implicancias de una Caracterización"; Quipú. *Revista Latinoamericana de Historia de las Ciencias y la Tecnología*; Vol. 12; Nº 3; septiembre-diciembre; México.

Katz, Raúl (2006): "Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales en una perspectiva Latinoamericana"; junio; documento de la CEPAL. Naciones Unidas; Santiago de Chile. Puede descargarse su versión en PDF en: <http://www.cepal.org/SocInfo>

Lash, Scott (2005): *Crítica de la información*. Buenos Aires. Amorrortu.

Luchessi, Lila (2007): "Tras los pasos de la noticia"; en *Aproximaciones al periodismo*; Armando Bocos (Comp.); Tucumán; Universidad Nacional de Tucumán; p. 85-98.

Mazzei, Daniel H. (1995): "Primera Plana: Modernización y Golpismo en los 60"; en *Historia de revistas argentinas*; Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores; p. 11-36.

McCombs, Maxwell (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, Barcelona, Paidós.

Shapiro, Carl y Varian, Hall R. (2000): "La economía de la Información", en *El dominio de la información. Una guía estratégica para la economía de la Red*.

Schumpeter, Joseph [1942] (1983): *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona. Folio.

Sidicaro, Ricardo (1993): *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación (1909-1989)*. Buenos Aires. Sudamericana.

Verón, Eliseo (1985): El análisis del “Contrato de Lectura” un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los media. París. IREP.